فن الدعاية

ووسائل الإقناع

دكتور

رضا عبد الواجد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم

بسم الله الرحمن الرحيم

" إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْراً كَبِيراً "

قرآن كريم

الآية 9 من سورة الإسراء

مقدمة

تمثل الدعاية أحد الأنشطة الاتصالية الهامة التي تمارسها الدول والمؤسسات والأحزاب ، وأتباع الديانات ، والأفكار المتعددة .

وتعتمد الدعاية على مضمون إعلامي يكون غالبا مبالغا فيه ، مستثيرا عواطف الناس ، وقد تعتمد على معلومات صحيحة أحيانا ، حسب أنماط الدعاية المختلفة .

ومن الأهمية الفائقة معرفة طرق ووسائل الإقناع في الإعلام بشكل عام ، والدعاية بوجه خاص ، ومعرفة – حتى على المستوى الفردي – كيف تكون شخصية مؤثرة .

من هنا كانت هذه المحاضرات المخصصة لطلاب قسم الصحافة والإعلام ، في مساق فن الدعاية والإقناع.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل

دكتور / رضا عبد الواجد أمين



الفصل الأول

مفهوم الدعاية

تعد الدعاية أمرا هاما في العصر الحديث ، لما يمكن أن تقوم به من أدوار هامة في الحياة الإنسانية بشكل عام ، وتأخذ عدة مفاهيم في أذهان الناس ، فهي عند البعض تحمل قيما إيجابية يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف الداعي أو رجل الإعلام ، وتحمل عند الآخرين قيما سلبية ، وترتبط بمعاني التأثير الزائف والخداع ، واستغلال العواطف الإنسانية كمدخل هام من مداخلها .

وتحاول الدراسة التالية تحديد المفهوم بشكل علمي ، لأن أهم خطوة عند دراسة شيء – طبقا للأسلوب العلمي في معالجة الأمور – هو تحديد المفاهيم والمصطلحات ، ولأن الحكم على الشيء فرع من تصوره .

الدعاية في المعاجم اللغوية :

جاء في المعاجم العربية دعا بالشيء دعوا ودعوة ، ودعاء أي طلب إحضاره ، ودعا الأمر إلى كذا أي تطلبه ، ودعا فلانا : صاح به وناداه ، والداعية هو الذي يدعو إلى دين أو فكرة ن يقال دعاه بداعية الإسلام ، والدعاية هي الترويج لأمر أو مذهب أو رأي بالكتابة أو الخطابة ونحو ذلك [1].

---

[1] مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز (القاهرة : 1990م) ص 228

وقد وردت كلمة الدعاية في كتاب رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى الملوك والرؤساء (إني أدعوك بدعاية الإسلام) .

وفي اللغة الإنجليزية فإن كلمة الدعاية تعني : prpaganda المشتقة من الفعل propagate ، والتي ترجع إلى الأصل اللاتينـــي propagatus ، وتعني التنشئة والتنمية ، ومفهومها نشر الأفكار والآراء والعـــادات مـــن شخص إلى شخص ، ومن جيل إلى جيل ، وقد استخدمت اللغة الفرنســـية الأصل اللاتيني للتعريف بالمجمع المقدس الذي أسسه البابا جريجـــوري , وسماه جمعية الدعاية المقدسة 1622م للتبشير بالمسيحية فيما وراء البحار .

تعريفات متعددة للدعاية :

تناول موضوع الدعاية المتخصصون في الصحافة والإعلام والاجتماع وعلم النفس والسياسة ، وقدموا إسهاماتهم النظرية لتحديد مفهوم الدعاية .

ومن هذه التعريفات :

- الدعاية هي فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير والترغيب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الآراء أو الأعمال أو السلوك .
- جاء في معجم مصطلحات الإعلام أن الدعاية هي التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاها معينا نحو نظام أو مذهب بصورة إيجابية أو سلبية ، في محاولة لتهيئة نفسيات الأفراد لقبول وجهات النظر التي تدعو لها ، والتشبع بها ، وقد تلجأ في ذلك إلى تشويه الحقائق وتحريفها .
- تعريف طلعت أسعد للدعاية : هي النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة الجمهور باستخدام مجموعة من الدوافع العاطفية ، سواء لجعله يؤمن بفكرة أو مبدأ أو عقيدة معينة ، أو من أجل صرفه عن فكرة أو مبدأ أو عقيدة يؤمن بها .
- يعرف الباحث نورمان جون باول الدعاية بأنها نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كليهما معا .
- تعريف هارولد لازويل : التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عن عمد للتأثير في آراء وتصرفات واتجاهات أفراد آخرين أو مجموعات أخرى لتحقيق أهداف محددة من قبل من خلال مداخل نفسية .

- تعريف هندرسون : الدعاية هي عملية تحاول عمدا عن طريق فنون الإقناع أن تضمن للداعية قبل أن يمارسها حرية التجاوب الذي يرجوه ناشرها .

ومن خلال استعراض التعريفات السابقة يمكن ملاحظة ما يلي :

1- أن الدعاية أحد الأنشطة الاتصالية الهامة .
2- أن هناك تشابها أساسيا بين الدعاية والإعلان ، فكلاهما له هدف محدد يسعى لتحقيقه ، مع اختلاف المجال .
3- أنها قد تحمل أهدافا نافعة طيبة ، وقد تحمل أهدافا سلبية على الجمهور المستهدف .

التعريف القانوني للدعاية :

يمكن تقديم تحيد القانون لمفهوم الدعاية ، ليتضح المفهوم أكثر ، حيث قدم القانون الأسباني الصادر عام 1944م تعريفه للدعاية " يعتبر دعاية كل طباعة لأي نوع من الكتب أو النشرات أو الإعلانات توزع باليد أو الصحف أو أي نوع آخر من النشرات التيبوغرافية الأخرى ، وكذلك

توزيعها أو حيازتها بقصد توزيعها أو الخطب أو الإذاعة اللاسلكية أو أي عمل آخر يساعد على النشر "[1]

وتضم القوانين الخاصة بالمطبوعات والإعلام والنشر المتداولة في العالم معاني تقترب كثيرا مما ذكره القانون الأسباني ، مع الأخذ في الاعتبار أن القوانين غير معنية بتوضيح المفاهيم بقدر اعتنائها بالتنظيم القانوني والمؤسسي لأنشطة المجتمع .

الدعاية وبعض الأنشطة الاتصالية الأخرى :

تلتقي الدعاية كنشاط اتصالي مع عدد من المفاهيم الإعلامية في عدد من النقاط وتختلف مع بعضها في نقاط أخرى ، ومن هذه المفاهيم :

- **الاتصال**

ويشير مفهوم الاتصال إلى كافة أوجه النشاط والممارسات الإعلامية والدعائية والإعلانية والتعليمية ، ويلتقي مع الدعاية في كون كل منهما نشاطا بشريا تفاعليا ، وعملية اتصال ذات أشكال متعددة ، وفي كون أطراف العملية الاتصالية متشابهة إلى حد كبير ماعدا مسميات أطراف

---

[1] محمد عبد القادر حاتم ، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006) ص 446

العملية الدعائية ، فعناصر عملية الاتصال الدعائي هي نفسها عناصر عمليات الاتصال الجماهيري .

فالمصدر =الداعية في العملية الدعائية ، وربما تقوم وكالات الإعلان والدعاية بدور تصميم وإعداد الرسالة الإعلانية والدعائية نيابة عن المعلن أو الداعية مقابل أجر معين .

والمتلقي = المعلن إليه أو الجمهور المستهدف بالرسالة الدعـــائية .

والوسيلة = الوسيلة الدعائية سواء كانت صحيفة أو محطة إذاعية أو تليفزيونية أو ملصقات أو مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت .

والتأثير = رد الفعل المباشر المتمثل في اتخاذ الشخص قرارا بتبني أو التعاطف مع الفكرة أو الرأي أو المذهب موضوع العملية الدعائية .

- **الإعلام**

وهو تزويد الجماهير بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم في تكوين رأي عام صائب حول واقعة من الوقائع أو قضية من القضايا

ويتفق الإعلام والدعاية في أن كلا منهما عملية اتصالية ، بينما يفترقان في أن الدعاية لا تقدم من المعلومات إلا ما يخدم أهداف الداعية أساسا ، ولا يقدم المعلومة الكاملة ، إلا ما يحقق هدف الدعاية في النهاية المتمثل في اعتناق الفكرة أو الرأي موضوع الدعاية.

الإعلان :

مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى الاتصال والمخاطبة الشفوية أو المرئيـة لمجموعة مختارة من الأفراد بغرض إخبارهم والتأثير عليهم لشراء سلعة ، أو التعامل مع وطلب خدمة أو تغيير اتجاهاتهم نحو أفكار أو ماركـات أو مؤسسات معينة ، وذلك نظير أجر مدفوع لجهة إعلانية محددة .

ويلتقي في كثير من مكوناته مع الدعاية ، والفارق الأساسي بينهما يكمن في موضوع كل من الإعلان والدعاية

المعلومات

هي كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث ما ، أو هي ظاهرة اجتماعية حضارية ارتبطت بحياة الإنسان منذ محاولاته المبتكرة للتعرف على البيئة المحيطة .

والفارق الجوهري بين كل من المعلومات والدعاية ، يتمثل في أن الجمهور يبحث عن المعلومات ويذهب إليها أما الدعاية فتبحث عن الجمهور وربما تصل إليه في مكانه .

• **التنشيط البيعي**

وهو الحوارات المباشرة التي يمارسها البائع مع المشتري وجها لوجه ، محاولا إقناعه وإغراءه ودفعه للشراء أو الاستفادة من الخدمة ، ويسمى أيضا البيع الشخصي ، ويمثله مندوب المبيعات أصدق تمثيل .

ويتميز عن الدعاية في كونه يعتمد الاتصال الشخصي أسلوبا وحيدا فعالا في عمليات الاتصال التي تتم عبر هذا الشكل .

• **العلاقات العامة**

وتعني كافة الأنشطة الاتصالية التي تبذل لتقوية وتدعيم العلاقة بين المؤسسة والجمهور الداخلي والخارجي ، والوصول إلى صورة إيجابية عن المؤسسة وإدارتها وسياساتها ، وقد تكون الدعاية جزءا من نشاط إدارة العلاقات العامة في إحدى المؤسسات ، وتهتم بالصورة الإيجابية عن المؤسسة ، بينما تركز الدعاية في الدرجة الأولى بالأفكار والآراء الذي قد تكون سياسية أو دينية ..الخ .

• **الترويج**

هو التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ للمعلومات ، وفي تسهيل بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة ، ويأخذ عدة أشكال ، ويلتقي مع الإعلان في كون هدف كل منهما هو بيع السلعة أو زيادة مبيعاتها في

النهاية ، ويلتقي مع الدعاية في كون كل منهما يعتمد على كفة الأساليب والسبل لإقناع الجمهور بالمضمون المقدم إليه .

- **التسويق الاجتماعي**

وهو ما يمكن وصفه بأنه يركز على الاحتياجات المجتمعية قبل الفردية ، ويعمل على التكامل بين مفردات النظام ، كما يركز على تحقيق الأهداف الاجتماعية الإنسانية ، بدلا من التركيز فقط على الربح المادي .

لمحة تاريخية عن استخدام الدعاية :

لو أردنا البحث في تاريخ الدعاية لوجدنا أنفسنا نبحث فـــي تـــاريخ البشرية نفسه، فمنذ أن اخذ الانسان يعبر عن نفسه من خـــلال الكلمـــات، الكتابة، الرموز، فانه لم ينفك يبحث بشتى الوسائل، من خـــلال الإيهـــام، المبالغة، تحريف الحقائق، إعادة صياغة الأخبار، من أجل الوصول إلـــى هدفه. ففي تاريخ مصر الفرعونية مثلا نجد أن الفراعنة كان يلغى أحـــدهم الآخر ويهدم معابده ويهشم تماثيله ويكسر منحوتاته ورموزه، وقـــد حـــدث مثل هذا الأمر قبل ثلاثة آلاف عام تقريبا، وكذا الأمر في حضـــارة وادي الرافدين بين السومريين والأكديين وفيما بعد بين الآشوريين والبابليين وكل

الأقوام التي عاشت في العراق القديم. فازالة رموز معينة أو أفكار معينـــة والتهيئة لإحلال رموز جديدة ومنحها الشرعية والحضور لا يتم إلا عبـــر عمل وتحضير ووسائل (الدعاية).

ولم يكن المصطلح يحمل معنى سلبيا، إلا أن مضـــمون مصـــطلح (البروباجاندا) كوسيلة للإقناع السياسي قديم جدا قدم الانظمة السياسية فـــي التاريخ، بالرغم من أن المصطلح أستخدم لأول مرة في علم الاتصال خلال القرن التاسع عشر.

المنظر الاعلامي الألماني (كلاوس ميرتن) يعـــود بأصـــل مفهـــوم (الدعاية) إلى أرسطو في كتابه (الخطابة)، علما ان الكثير مـــن قصـــص (العهد القديم) وتعاليمه يمكن تفسيرها كنصوص دعائية، فهي تحتوي على كل ما يمكن ان تحمله الدعاية من مضامين ووسائل واهداف، فهـــي تقـــدم التبريرات وتمنح الشرعية لأية أفعال عدوانية ضد المخالفين فـــي الـــرأي والعقيدة والجنس والقومية، كل ذلك باسم (الارادة الإلهيـــة) و(شـــعب الله المختار). وفي المرحلة الاغريقية كانت الدعاية تنحصـــر فـــي السياســـة الداخلية بإقناع الخصوم السياسيين والمفكرين، بينما كانت فـــي السياســـة الخارجية تعني خلق (صورة للعدو) من اجل توحيد الصف الشـــعبي مـــن خلالها والاستفادة في تأجيل الكثير من المطالب الملحة للشعب ، ومن أجل منح الشرعية للحروب ولتحقيق الاطماع التوسعية واقامة الامبراطوريات، فالأمبراطورية الرومانية قامت بدعم كبير وهائل مـــن العمـــل الـــدعائي،

فالهيمنة والاحتلال والانقلابات السياسية جميعها تبحث عن الشرعية وعــن التمويل ولا يمكن ذلك بدون الدعاية.

أما في القرون الوسطى ، وبالتحديد في العــام 1079 حينمــا دخــل المسلمون إلى القدس فاتحين، ثار القياصرة والبابوات والأمراء في أوروبا ضد ذلك، وفي العام 1095 بدأت الحروب الصليبية، حينها أطلــق البابــا أوربان الثاني خطبة دعائية للفرسان داعيا إيــاهم للتوجــه نحــو الأرض المقدسة وتحريرها من المسلمين.

لكن مصطلح (البروباجاندا)، الحديث في اللغات الأوربيــة، يعــود لفترة حرب الثلاثين عاما التي شهدتها أوروبا ، والمانيا بالتحديد، أي مــا بين الأعوام 1618 – 1648، وكما يســميها فريــدريك انجلــز (حــرب الفلاحين)، والتي حدثت نتيجة الانشقاق التاريخي في الكنيسة الكاثوليكيــة بتمرد (مارتن لوثر) على الكنيسة محاولا إصلاحها دينيا ودنيويا، مما ادى إلى نشوب الحرب بين الشمال والجنوب في أوروبا، وخوفا مــن إنتشــار أفكار (مارتن لوثر) تشكلت لجنة كنسية للدعاية، كان ذلك في العام 1622. ويؤكد البروفيسور (كلاوس ميرتن) بانه لم تكن هناك أهداف لنشر افكــار خاصة، وانما كانت هناك أوراق توزع تتهم الطرف المقابل بانه مشــعوذ وانه هرطوقي ومارق على الدين. إلا ان ظهور الطباعة واكتشاف المطابع أحدث قفزة هائلة في العمل الدعائي حيث صار توزيــع الأوراق والكتــب

ليس في شتم الخصم فقط وانما في نشـــر الافكـــار والمبـــاديء والتعـــاليم الخاصة ايضا.

الثورة الفرنسية منحت مصطلح (البروباجاندا) أو (الدعاية) ، بعـــدا جديدا، حيث كصار يفهم بمعنى (التنوير)، كما انها منحت الصحافة سلطة هائلة في التأثير على الجماهير، ما دفع السياســـيين لأســـتخدامها كوســـيلة اساسية في الصراع السياسي. ولم يكن المصطلح يحمل معنى ســـلبيا قـــط مثلما هو عليه اليوم.

إلا أن الإستخدام المعاصر لمصطلح الدعاية جرى بأميركا وبريطانيا في بدايات القرن العشرين وبالتحديد في الحرب العالمية الأولى، حينما دعا الرئيس الاميركي ويلسون لجنة دعائية ساهم في عضويتها كبار المفكرين والمنظرين الاكاديميين أمثال جون ديوي ، فالتر لبمان، أدورد بيرنـــايس، كذلك حينما تاسست في بريطانيا وزارة للدعاية التي أخذت علـــى عاتقهـــا مهمة تحريض الشعب الأميركي ضد الألمان. و نجحت في ذلـــك نجاحـــا عظيما. وقد الف فالتر لبمان بعد ذلك كتابه الشهير (نظرية الديموقراطية) التي كانت تؤكد على ان الشعب يتـــألف مـــن طبقتـــين، الأولـــى طبقـــة المتخصصين الذين يمثلون مصالح الأكثرية ويقـــررون عـــنهم، والطبقـــة الأخرى هي طبقة الأكثرية الغالبة والذين نتيجة لنقص معـــارفهم تركـــوا للمختصين إمكانية التقرير مكانهم. وقد كانت نتيجة لمثل هـــذه الدراســـات والبحوث أن قام المفكر الألماني فيرديناند تونيس باصدار كتابه القيم في(نقد

الرأي العام). ويعد كتاب (الدعاية) لأدوارد بيرنايس من أهـم الأعمـال الفكرية في ما بعد الحرب العالمية الأولى

الشيوعية تفهم (الدعاية)، بمعنى (التحريض)، وفي أدبيات الماركسـية اللينينية هناك مقاطع محددة مأخوذة من أقوال (لينين) عن دور الصـحافة مشبها إياها بمنفاخ الحداد الذي يجب يوقد الجمر باستمرار. كما أنها تفهـم الدعاية باعتبارها وسيلة لتهديم الأفكارالبرجوازية وبالمقابل نشر الافكـار الأشتراكية، ومن هنا أولت السلطة السوفياتية الدعاية إهتمامـا إسـتثنائيا، بحيث كانت تدير ابصارهم عن الكثير من عيوب واقعهم وتجعلهم مقتنعين بها. لكن المنظرين يفرقون بـين (الدعايـة) و(التحـريض)، حيـث ان (التحريض) هو تقنية إعلامية تركز عادة على القضايا الانيـة التـي لهـا علاقة بمصالح الناس المباشرة وبالمنفعة الاجتماعية في اللحظة المحـددة وفي الوضع المحدد بطريقة انفعالية وعاطفية وذلك من أجل توجيه مشاعر الناس وعواطفهم بشكل عفوي نحو الهدف المنشود. بينما(الدعايـة) علـى العكس فهي تسعى لتأثير طويل الأمد وليس مؤقت وبمصـداقية سياسـية ومن اجل تاسيس وعي سياسي جديد من خلال مضمون الدعاية وشـكلها الذي له يستمد طاقته من ايديولوجيا معينـة. النـازيون أعطـوا الدعايـة والتحريض دورا كبيرا في عملهم السياسي، حتى انهم اسسوا لـذلك وزارة

سميت بوزارة الدعاية والاعلام الجماهيري، وكانوا يفهمون الدعاية كتحريض.

من الناحية النظرية فان كلمة (الدعاية) تستدعي فهما غيردقيق وموقفا سلبيا ، فقد تكون المعلومات الموجود في الدعاية صحيحة وقد تكون كاذبة ، لكن في الحالتين فان المتلقي اليوم لا يثق بها وينظر اليها باعتبارها قرينة للكذب.

(هارولد لاسويل)، (1902–1976)، أحد الآباء في تاريخ تأسيس علم الاتصال والاعلام يعرف الدعاية كأحد أهم المفاهيم في علم الاتصال، والذي ينضوي تحته ظواهر أساسية في الاتصال مثل الاعلان والعلاقات العامة. وفي نفس الوقت يعتبرها نشاط اتصالي تحريضي واضح ومباشر. فهو لا ينظر الى الدعاية باعتبارها حقلا للنص وللاشارات وانما وضعا وفعلا اتصاليا تطلق فيه الاهداف.

المنظر الآلماني البروفيسور (كلاوس ميرتن) يعرف الدعاية مثل لاسويل باعتبارها فعلا وعملية اتصالية، رسالتها ومضمونها أشياء اساسية تسعى في النهاية إلى الهيمنة على المتلقي.

النظرية النقدية: جميع ممثلو النظرية النقدية من أدرنوا وهوركهايمر وصولا إلى هابرماس، إينسينسبيرغر، بروكوب، ومونخ، يؤكدون بأن السلطة السياسية تؤكد سلطتها من خلال هيمنتها على الفعل والممارسة التقنية وعلى المنظومة التقنية لأجهزتها. السيادة تتجسد في الأجهزة

الإدارية، فالرأسماليون حسب مفكري النظرية النقدية يفقدون خصوصيتهم وهويتهم كقوى مسؤولة ومباشرة، وانما يمكن رصد هيمنتهم من خلال الأجهزة البيروقراطية، لكن السلطة لا يمكن ان تتجسد من خلال المؤسسات والدولة فقط وانما ايضا من خلال التأثير البشري المتجسد في تفاصيل الحياة اليومية .

فمن خلال الإعلان، العلاقات العامة، وسائل الاتصال الجماهيري، يجد الانسان العادي نفسه مقادا ومتأثرا دون إرادة منه، كي يكبت حاجته للتحرر من الاستغلال والأضطهاد، ومن أجل تدجينه بحيث يمكن تقبل (العبودية) الاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها، وبالتالي يفقد روح وإرادة المعارضة. وبتعبير آخر يمكن (أتمتة) الجمهور، وايقاظ الروح الفردية والانعزالية فيه، بحيث يبتعد عن النقاشات السياسية مع الآخرين، ويبتعد عن مشاكسة الأقوياء. واذا ما كان هربرت ماركوزة قد تحدث عن (العبودية الديموقراطية) في مجتمع ذي بعد واحد، فأننا نجد اليوم نعوم تشومسكي يتحدث عن (الدعاية الديموقراطية المرعبة).

نموذج الدعاية عند تشومسكي:

تشومسكي مثل اقرانه من مفكري النظرية النقدية امثال ادرنو، ماركوزة وفروم يؤكدون بأن النظام الإعلامي هو ماكنة دعائية جبارة، فهو

ينظر الى الدعاية باعتبارها وسلية للهيمنة، كموثر آيديولوجي، بغض النظر عن الأسلوب والوسيلة التي تصل بها إلى مقاصدها.

في كتابيه الشهيرين (الاقتصاد السياسي لوسائل الاعلام) الذي كتبه مع ادوارد هيرمان، و (هيمنة وسائل الاتصال) يقدم تشومسكي نظرة جديدة إلى عالم وسائل الاتصال الاميركية، ويقدم نموذجه حول علاقات وتداخلات وسائل الاعلام. أنه يؤكد بان وسائل الاعلام الاميركية لا تخضع لأية رقابة مباشرة من الدولة إذا ما استطاعت ان تحقق رقابتها الذاتية. ففي كتابه (هيمنة وسائل الاتصال) يقدم تشومسكي (نموذج الدعاية) باعتبار نموذج وظيفي لوسائل الاعلام يكشف عن المصالح المالية والسلطوية المتشابكة مع السلطة السياسية للدولة. فنموذج الدعاية يخلق شروطا لثلاثة مستويات مختلفة:

1. شروط المستوى الأول تمس وظائف وسائل الاتصال
2. شروط المستوى الثاني تمس المناقشات والتقيمات حول علاقات وسائل الاتصال

3. شروط المستوى الثالث تمس ردود الافعال على البحوث حول سلوك وسائل الاعلام.

النتيجة العامة لكل مستوى من هذه المستويات تؤكد بأن المعلومـات التي تضخ في جميع وسائل الاتصال تخدم حاجات السلطة المستقرة. ومن أجل أن يجسد تشومسكي رؤيته حول نموذج الدعاية فانه يستخدم مصطلح (المـدخل)، وهـو يـرى خمـس مـداخل تقـود وسـائل الاعـلام.

المدخل الأول: هيمنة قلة قليلة من القوى المالية علـى أكبـر المؤسسـات الإعلامية في أميركا، فهو يجدول أكبر المؤسسات من ناحية القدرة المالية، والتأثير، والسمعة والصيت إلى أربع وعشرين مؤسسة، بينها قنوات التلفزة الوطنية، الصحف، دور نشر الكتب والمجلات، والمؤسسـات التلفزيونيـة الخاصة جدا، وكل هذه المؤسسات هي التي تسيطر على السوق الاعلامية ليس في الولايات المتحدة فحسب وانما تؤسس للمشهد الاعلامي العـالمي كله وتهيمن عليه.

المدخل الثاني: المعلنون ، ليس قاريء الجريدة أو المستمع للراديو هم المستهلكون الاساس لمنتجات وسائل الاعلانم، وانما المعلنون ، الشـركات المعلنة والتي لهم تتوجه وسـائل الاعـلام لتلبيـة رغبـاتهم. فـالأموال المخصصة للاعلانات بحد ذاتها تشكل أكبر تحد ، وأكبر إغراء، واكبر قوة أمام وسائل الاعلام، فهي التي تحدد بقاء المؤسسة الاعلامية أو زوالها من سوق الاعلام.

المدخل الثالث: مصادر الأخبار القيمة والجادة. فمن اجل إشباع حاجات الجمهور المتلقي اليومية للأخبار تضطر وسائل الاعلام الي ايجاد تيار متدفق وغير منقطع من الأخبار المختلفة، لاسيما الأخبار التي لها علاقة بالسلطة وبالنخب السياسية والاقتصادية. ومن هنا فان على وسائل الاعلام ان تكون قريبة من مصادر الخبر السياسي والاجتماعي، وقريبة من النخب السياسية والاقتصادية، وبالتالي فانها، ومن أجل ضمان تدفق الاخبار إليها، تجد نفسها بارادتها أو دون إرادتها تهادن هذه الاجهزة، وتتحول بالتالي إلى بوق لها.

المدخل الرابع: التنظيم الاستراتيجي، وهذا المدخل يكون فاعلا في حالات خاصة فقط. فحينما تمر إحدى وسائل الاعلام بظروف مالية صعبة فليس أمامها سوى التوجه إلى الرفاق المحافظين في السلطة لتمويلهم ومد يد المساعدة إليهم أو من خلالهم إلى إيجاد مصادر مالية أخرى، والتي تنعكس بلا شك على سياسة وسيلة الاعلام. وأدائها المهني وخطابها الاعلامي.

المدخل الخامس: العداء للشيوعية والإرهاب كدين جديد للدولة. فلقد حولت وسائل الاعلام قضية العداء للشيوعية إلى أيديولوجية وعقيدة، بحيث صار أي موقف معاد لهذه النظرة وكأنه عداء للدولة والوطن وخروج على التقاليد وجريمة وطنية، ومنذ سقوط الاتحاد السوفيتي صارت وسائل

الاعلام الأميركية تبحث عن صورة لعدو جديد، فمرة هو الإسلام ومرة هو الإرهاب وبأسميهما ، حقا او باطلا، تدجن وسائل الاعــلام عقــل وروح المتلقي الغربي.

ومن هنا فأن تشومسكي لم يختلف مع الطروحات الكلاسيكية لمفكري المدرسة النقدية في أن وظيفة وسائل الاعلام داخليا هو ترويض المتلقــي وكبت مشاعره المعرضة وتدجين العبودية وتجميلها بحيث تصير مقبولــة، وفي الخارج تصنع عدوا لها، تهيء الناس وتوجه مشاعر الخــوف لــدى الجمهور المتلقي بحيث يتفق مع أي إجراء تتخذه السلطة فيما بعــد. كمــا يتضح، وإعتمادا على فهم المدرسة النقدية، بأن الدعاية هي جوهر العمــل الاعلامي. رغم ان الأداء الدعائي نفسه يتخذ أشكالا وتوصيفات متعددة .



الفصل الثاني

أنواع الدعاية

يصنف أساتذة الإعلام الدعاية تصنيفا كلاسيكيا إلى ثلاثة أنواع :

(1) الدعايةالبيضاء:

وهي النشاط المكشوف من قبل دولة ضد دولة أخرى .

وتمتاز بأنها :

- معروفة المصدر .
- محددة الأهداف .
- تسعى دائما لخدمة أغراض نبيلة .

والمثال الأكبر على هذا ، هو الإذاعات الموجهة التى تصدر عن دولة ما ، تعلن عن نفسها فى وضوح ، ولكنها تستخدم فيها لغة الدولة الخصم ، والأساليب التى تجذب شعبها ، وربما أغنياتها ومواضيعها المفضلة أيضاً ، بحيث تدس بين هذا وذاك بعض الأخبار التى ربما تكون صحيحة او لا ، لترك تأثير خاص فى الشعوب أو الجيوش ..

ولكى تنجح الدعاية البيضاء لابد أن تستند إلى شيء من الحقائق التى يدركها شعب أو خيش الخصم حتى لا يفقد الثقة بها ، خاصة وأنها تصدر من مصدر معروف بعدائه وخصومته .. (مثل الدعاية العربية ضد الدعايةالصهيونية).

(2) الدعاية الرمادية:

وهي دعاية :

- معروفة المصدر .
- تهدف إلأى أغراض ملتوية .

وتختفي وراء هدف معين ، والدعايات الرمادية تحتاج إلى أكبر قدر ممكن من الذكاء والحنكة ، نظراًلأنها لابد ألا تحمل بصمة واضحة ومحددة لذا فمستخدمها يكون فى المعتاد خبيراً فى مجاله ، وأستاذاً فى فن التعامل مع الجماهير ، وتوجيه فكرها ، وتحوير أتجاهاتها ، دون إشارات واضحة ، أو توجيهات مباشرة جلية ..

ومن الممكن ان تكون الدعايات الرمادية مقروءة ، أو مسموعة ، أو حتى مرئية ، وفقاً لمقتضيات الموقف ، ونوع الوسائل المتاحة والمنتشرة ، وفى منطقة الخصم ، والتى يمكن أن تكون ضعيفة ومحدودة ،أو شديدة التطور ، بحيث تغوص عبر شبكات الانتر نت ، ورسائل المحمولة ، وغيرها .. (إذاعات الدول الاشتراكية والإذاعات السرية من بعض الدول العربية)

(3) الدعاية السوداء:

وهي دعاية :

- غير معروفة المصدر ، وربما تدعي أنها تصدر من مكـــان غير المكان الذي تصدر أو تذاع أو تبث منه .
- تغلف دائما بجو من السرية .
- تحتوي على مزيج من الأخبار والشائعات أو الشائعات فقط .

وهي قاتمة وتتصف بالكتمان وعدم العلنية وتقوم على نشـــاط المخـــابرات والعملاء السريين ميزتها انها تزدهر وتنمو قرب أرض العدو، وتعتبر أداة أساسية للحرب. والدعاية السوداء هى دعاية مباشرة ولكنها تصدر حتمـــا عن مصدر يخالف المصدر المعلن ، كأن تنشئ (إسرائيل)مـــثلا محطـــة إذاعية باللغة العربية ، يعمل فيها يهود من أصول عربية ، على نحو يوحى بأنها محطة للمعارضة فى الخارج ..

أو يمكن أن يكون هذا عبر مواقع الأنترنت ، التى تطلق عبـــر الشـــبكة ، بأعتبارها من مصدر قومى معارض مثلاً ،فى الحين انها فى الواقع تنطلق من موقع معاد تماماً ..وهو ما يحدث بالفعل في كثير من المواقع العربية ، حيث يندسجنود الموساد بين المعلقين لنشر الأفكار الدعائية التي من شانها تثبيط عزائم العرب ، وتحطيم المعنويات .

وتأثير الدعاية السوداء هو أقوى تأثير معروف ، من بين كل أنـــواع الدعاية الاخرى ؛لأنه يكسب ثقة المستمع ، او المشاهد ، أو المتابع ، الذى يتعامل ، معها بأعتبارها مصادر صديقة ، تسعى إلى صالحه ومســـتقبله ،

فى الحقيقة أنها فى واقعها مصادر عدوة تسعى لتدميره والقضاء عليــه ..

والتاريخ يحمل لنا عشرات الأمثلة ، للدعايات الناجحة فى كل الحــروب ، وكل المجالات ، والتى تبدأ من اطلاق الشائعات ،إلى إلقاء المنشــورات ، التى تحوى إما الترهيب أو الترغيب ،إلى الإذاعات الموجهة ، والمســتفزة والملتوية ، والمتخفية ، إلى أفلام السينما ، والأفلام التســجيلية ، والكتــب والروايات ، وإلى ماتطور إليه العلم الآن ، من رسائل هاتفيــة قصــيرة ، ومواقع شبكة الإنترنت ، والرسائل البريدية الإلكترونية ..

الدعاية الاستراتيجية والدعاية التكتيكية

تنقسم الدعايات إلى استراتيجية وتكتيكية باختلاف الجهات المستهدفة .

فالدعايات الاستراتيجية تستهدف عادة الجماعات المدنية ، وتمثل في ذلك الرؤية التقليدية للدعاية .
أما الــدعايات التكتيكيــة فتســتهدف أساســا الجماعــات العســكرية.

-الدعاية الاستراتيجية:

تضم الدعاية الاستراتيجية والتي تسمى أيضا بــالحروب السياســية، جملة الوسائل الاستراتيجية المستعملة في ميدان الاتصــال وفــي مجــال السياسة القومية ، والموجّهة للشعوب المعادية أو الحليفة بغية إيهامها بــأن مصالحها الذاتية يمكن خدمتها بشكل أفضل عند اعتمادها لوجهة نظر الجهة القائمة بالدعاية

وتهدف الدعاية الاستراتيجية إلى التأثير على الأفراد والجماعات ذات المواقف غير المتشددة، أو ذات الموقف السلبي ، التــي يمكــن أن تقــوم بأعمال مؤثرة وفارقة على مستوى الواقع . وتطبق هذه الدعاية بشكل دائم وعلى مدى طويل لتغيير قناعات الأفراد ، ويتم دعمها بوسائل متعددة مــن

التضليل الإعلامي ، حتى تتمكن من استثمار عرض نقاط قوتها إلى أبعد الحدود ، وتخفي سلبياتها ونقاط ضعفها وإيهام العامة بأن مصالح القائم بالدعاية تخدم الرقي الإنساني والسعادة البشرية.

في الجانب الدفاعي لتطبيقات هذه الدعاية ، يقوم القائم بالدعاية بعرض إيجابيات سياسته الخارجية والتعتيم على سلبياتها لتغيير قناعات الجهات المستهدفة ، فيستخدم وسائل ذات مضامين تسعى للتأثير على الرأي العام الداخلي ، إما لتبرير المواقف الحكومة ، أو للرفع من المعنويات الشعبية ، أو للحصول على دعم شعبي للمواقف الحكومة . وللحصول على تأييد شعبه ، يلجأ االقائم بالدعاية عادة إلى الحط من مكانة الأعداء : إما بتصويرهم على أنهم ذوو طباع منحرفة وإجرامية ، أو على أنهم يتفقدون لمقومات القيادة والتصرف المسئول والحكيم

وغالبا ما تستعمل الحكومات أسلوب التضليل الإعلامي لتحقيق الأهداف التالية في المستوى الدفاعي

-1حجب المعلومات عن العدو أو تضليله عن طريق مجموعة من الأخبار التي يتم ترويجها في صفوف الجماهير التابعة للقائم بالدعاية.

-2التعتيم على الأخبار الحقيقية السيئة كي لا تتحطم معنويات الجماهير التابعة.

3-عدم تقليص كمية الأخبار المضللة التي يقع فبركتها حتى وإن تم تحقيق النجاح التام في السياسات المعتمدة (فنجاح المهمة يجب ألا يكون مـــدعاة لتقليص الجهود الدعائية ، بل لا بد من الحفاظ على نفس الوتيرة حتى يمكن حماية المكاسب الحاصلة ، والسعي لتحقيق مهمة موالية تحقـــق مكاســـب جديدة

4- إ خفاء جرائم الحرب والمهمات القذرة التي تم ارتكابها فـــي ســـياق إنجاز المهمة

أما في الجانب الهجومي ، فإن الدعاية الاستراتيجية تســـمح بـــدعم نجاحات المؤسسة العسكرية عن طريق تحطيم إرادة المقاومة لدى العـــدو بدون اللجوء إلى تحطيم المنشآت في بلد العدو . وفي هذا المستوى ، تتجه المضامين الدعائية لنزع صفة الشرعية عما تقوم به الحكومة المعاديـــة ، وتحطيم شعبها وتخذيله عن دعم حكومته . وفي هذا الصدد ، يكون التركيز على جماهير الدولة المعادية بالغ الأهمية لعدة أسباب:

1-فهي قادرة على التأثير في مواقف قياداتها.
2-وهي المحرك الأساسي للإنتاج .

-3 كما أنها قد تصبح داعمة لتيارات داخلية معارضة في صفوف العدو.
-4إضافة إلى أنها تلعب دورا أساسيا في رفع معنويات الجنود أو الحط منها .

ويرى لورنر أن الدعاية الاستراتيجية لا تكون ناجعة إذا ما استهدفت عقائد النظام المعادي ، لأن هذه العقائد تشكل عصبا حيويا في ثقافة الشعوب لا تقبل المس بها ، خصوصا في الأنظمة الديكتاتورية التي تمارس فيها رقابة مشددة على الإعلام ووسائل الاتصال بما لايسمح بمناقشة أية عقائد أخرى مخالفة للمجتمع . لذلك فإن القائم بالدعاية يسعى إلى فهم طبيعة النسيج الاجتماعي والثقافي كي لا تقع مصادمته من خلال المضامين الدعائية . ولذلك ، وتفاديا للانعكاسات السلبية للأعمال السيئة التي توجّه ضد العدو ، يكرر القائم بالدعاية تأكيداته بأن نزاعه ليس مع شعب الدولة المعادية بل مع قياداتها وحكامها فقط . ويمكّن هذا الأسلوب في التمييز بين الشعب وقيادته من تمزيق وحدة المجتمع المعادي إضافة إلى زرع بذور الشك في إخلاص قيادته وصحة مواقفه السياسية.

الدعاية التكتيكية:

على الرغم من أن أي عمل عسكري يحدث ، بطريقة مقصـــودة أو غير مقصودة ، آثارا نفسية سلبية (انهيار المعنويات ، الشعور بـــالخوف ، القلق والإرهاق ..) إلا أن هذه العمليات تندرج ضمن الدعاية التكيتيكيـــة. فهذا النوع من الدعاية ، أو بالتعبير الشائع (الحرب النفسية) يستخدم جميع أنواع الاتصال لدعم القوات المقاتلة ، ولتغيير ميزان القـــوى مـــن خـــلال التأثير النفسي بأحد الطرق التالية :

* إخبار الخصم بـــالإجراءات المتبعـــة التـــي تـــدعوه إلـــى الاستســـلام
* تهويل المعلومات الخاصة بالقـــدرة التدميريـــة للأســـلحة المســـتعملة
* تحطـــيم معنويـــات العـــدو عـــن طريـــق إيهامـــه بحتميـــة هزيمتـــه
* دعم القوى الحليفة
* التلاعب بأعصاب العدو لخلق حالة من القلق الدائم

*تشديد الضغوط الرقابية على المدنيين مثال : توجيه الإنذارات للمدنيين بعدم الذهاب إلى بعض الأماكن المحددة ، لأنها ستكون عرضة للضربات العسكرية

*القيام بدعاية مضادة لما يروجه العدو مثال : الحديث عـــن المعاملـــة الجديدة التي سيلاقيها الجنود في حالة استسلامهم.

ويرى ديوراندين أن الدعاية التكتيكية ذات أهداف قصـــيرة الأمـــد و لا تستهدف بالضرورة تغيير القناعات ، بل إنها قد تكون في بعض الأحيان متعارضة مع الأهداف السياسية ، كما أنها تخاطب الجبهة المعادية وليس إلى الجبهة الداخلية .

و الدعاية التكتيكية تخضـــع للشـــروط التاليـــة كـــي تكـــون ناجحـــة:

حدد كاتز مجموعة من العوامل الكفيلة بنجاح الدعاية التكتيكية ، منها :

1- ضرورة أن تكون مضمونها صادقا وحقيقيا لتفادي فقدان المصداقية.

2- ضرورة استخدامها بالتوازي مع استخدام القوة ، وإلا فإنهـــا تصـــبح غير ذات جدوى وحدها .

3- توقيت استعمالها لا يتعدى لحظات الانتصار ، لأن مضـــمونها يفقـــد معناه إذا ما اعتقد الجنود بأهمية استمرار القتال.

4- تجنب استعمال المعلومات غير المنطقية أو المازحة

5-عدم استعمال مضامين إيديولوجية لأن الإيديولوجيا تفقد تأثيرها على الجنود في اللحظات المصيرية .

6-عدم جدوى المضامين التي تهدف لإثارة الخوف لدى الجنـود لأنهـم مدربون على التحكم في شعورهم بالخوف ، بعكس تأثيرها على المدنيين.

الدعاية التجارية :

تلعب الدعاية التجارية دورا حاسما في الحياة الاقتصادية ، ولذا توليهـا المؤسسات والشركات والدول والأفراد عناية كبيرة لخطورة الآثار التـي تترتب على حسن استغلالها .
ومجال العاية التجارية الأفكار الاقتصادية التي تقوم بترويجها لصالح جهة ما أو شركة أو مؤسسة ما بهدف تحقيق أربـاح اقتصـادية فـي نهايـة المطاف .



الفصل الثالث

الشائعات



مفهوم الشائعات

تدل المعاجم اللغوية أن الشائعة والإشاعة بمعنى ، وهي الخبر ينتشــر ولا تثبت فيه[1] .

والشائعة[2] هي رواية تتناقلها الأفواه دون التركيز على مصدر يؤكـد صحتها ، أو أنها اختلاق لقضية أو لخبر ليس له أساس من الواقع ، أو هي مجرد التحريف بالزيادة أو النقصان في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة [3].

وعرفها الباحثان جوردن أولبرت G.W. Allport وليــو بوســتمان Leo Postman بأنها كل قضية أو عبارة نوعية مطروحــة للتصــديق ، وتتداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية في العادة دون أن تســتند إلــى دلائل مؤكدة على صدقها ، وتحتوي كل شائعة دائما على شيء من الحقيقة [4]

---

[1] مجمع اللغة العربية ،المعجم الوجيز(القاهرة : الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، 1990م ، ص357

[2]

[3] د. محمود أبو زيد ، الشائعات والضبط الاجتماعي ، دراسة سسيومترية في قرية مصرية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980) ص 65

[4] G.W.Allport and Leo Postman ,The Psychologyr of Rumor-Henry Holt and Co.New York ,1984, p.IX

ولكن مقولة أن كل شائعة تحتوي على شيء من الحقيقة غير دقيقة تماما ، فكثير من الشائعات ليس لها أي أساس من الحقيقة ، مثل الشائعات التي أطلقها كفار قريش على النبي (صلى الله عليه وسلم) وروجوا كذبا أنه ساحر يسحر الناس بحلاوة منطقه ، وأنه مجنون ، وأنه كاهن .

فالشائعة إذا هي عبارة عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة يتم تداولها شفهيا أو إعلاميا ، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور دون أن تتضمن مصادرها ، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية ، وبعضها يشتمل على نواة من الحقيقة ، لكن معظمها مختلق ، ودوافعها إما أن تكون نفسية أو سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية ، وأهدافها غالبا سلبية ، وتتعرض أثناء تداولها لتحريف بالزيادة أو النقصان ، غير أن معدل الزيادة دائما أكبر من معدل النقصان ، فالشائعة مثل كرة الثلج التي تتزلق على سطح جليدي[1] .

---

[1] د. محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس (القاهرة : مكتبة ابن سينا ، 1996م) ص 12

شروط انتشار الشائعات :

(1) أهمية الموضوع : ويقصد به أهمية الموضوع الذي تدور حوله الشائعة بالنسبة لكل من الراوي والمستمع ، فإذا كانت ثمة أهمية حقيقية للموضوع فإن هذه يعني أن شرطا أساسيا مـــن شـــروط حياة الشائعة قد توافر .

(2) الغموض : بمعنى غياب المعلومات الدقيقة والكافية عن موضوع الشائعة ، ومن ثم تتكون بيئة خصـــبة للاجتهـــادات التفســـيرية والتخمينات العقلية التي تحاول فك شفرة الغموض عن موضوع الشائعة ، وترجع العوامل التي تصنع غموضا حول موضوع ما إلى الأسباب الآتية :

- نقص المعلومات
- تضارب المعلومات وتناقضها
- عدم القدرة على فهم المعلومات المقدمة نظرا لعدم وضوحها أو لخلل في ملكات الفهم
- عدم الثقة في مصادر المعلومات [1]

(3) الاستعداد النفسي والعقلي : فالأشخاص الأسوياء ذوي التكـــوين النفسي المتوازن والصحة العقلية ذات النزعة النقديـــة ليســـوا

---

[1] المصدر السابق نفسه ، ص 14

عرضة لنشوء الشائعات وتداولها بينهم حتى لو تـوافر عـاملا الأهمية والغموض في الموضوع ، حيث إن الموضـوع المهـم الذي حوله غموض لن يدفعهم إلى تكوين شائعات أو إلى تقبلها إذا نشأت من مصدر آخر لأنهم على معرفـة بطبيعـة ظهـور الشائعات والقانون الذي يحكمها ، ولا يقبلون أخبارا إلا إذا كانت مدعمة ببراهين صدقها ، وعلى النقيض من هذا فإن الأشخاص ذوي الاستعداد النفسي والعقلي لتقبل الشائعات هم الذين يمثلون بهذا الاستعداد العامل الثالث في حياة الشائعة . وبتوضيح أكثـر فإن حالات التوتر والقلق والقابلية للحسـد والإسـقاط النفسـي والتركيبة العقلية غير النقدية هي ما يمثل العامل الثالـث مـن عوامل انتشار الشائعات .

أنواع الشائعات :

تنقسم الشائعات تقسيمات متعددة باعتبارات مختلفة ، فتنقسم باعتبار الدوافع والدلالات إلى :

(1) **شائعات الأحلام والأماني** : وينتشر هذا النوع بين الناس لأنهم لهم حاجات ورغبات وآمال فيها ، وهي عبارة عن تنفيس لهذه الرغبات والحاجات والآمال ، وهذا النوع ينتشر بسرعة بين الناس لأنها تشعرهم بشيء من الرضا والسرور ، أو تخفف عنهم بعض الآلام والمتاعب ، مثال ذلك أن تسري شائعة بين الموظفين لزيادة رواتبهم ، ومثالها الشائعة التي سرت بين المسلمين في الحبشة بعد هجرتهم إليها أن أهل مكة دخلوا الإسلام فرجعوا إلى مكة لما بلغهم ذلك ، حتى إذا دنوا من مكة بلغهم أن ما سمعوه من إسلام أهل مكة باطل ، فلم يدخل أحد منهم الإسلام إلا مستخفيا ، أو بجوار .[1]

(2) **شائعات الكراهية** :ويصدر هذا النوع ليعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التي تجيش بها نفوس بعض الناس ، ومما يساعد على انتشار هذا النوع ما يشعر بها مختلقوها من

---

[1] د. محمد رمضان البوطي ، فقه السيرة النبوية (القاهرة : دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، 1999م) ص 92

الراحة النفسية التي تنتج عن التنفيس عن مشاعرهم ودوافعهم ، ومثالها الشائعات التي يطلقها زملاء العمل ضد أحـــدهم رغبـــة منهم في وقف طموحه أو نجاحه ، ومنها شائعة الإفك الكبـــرى التي أشاعها المنافقون ضد رسول الله وزوجه الســـيدة عائشـــة رضي الله عنها على النحو الذي سنتناوله – بمشيئة الله تعالى – بشيء من التفصيل .

(3) **شائعات الخوف** : وينتشر في حالة سيطرة الخوف والقلق علـــى الناس لأنهم يكونون مستعدين لأن يتوهموا أمورا كثيرة لا أساس لها من الصحة ، ومستعدين لتفسير الحوادث العادية تفســـيرات خاطئة تمليها عليهم مشاعر الخوف والوهم .[1]ومثال هذا النـــوع من الشائعات ما فعله نعيم بن مسعود الغطفاني من إشاعة غـــدر قريش وغطفان باليهود عند اليهود ، وإشاعة غدر اليهود بقريش والأحزاب عند معسكر المشركين .

وهناك تقسيمات أخرى للشائعات حسب الموضـــوع : سياســـية ، واقتصـــادية ، وعسكرية ، وجنسية ، الخ

[1]انظر د. محمد فريد عزت ، بحوث في الإعلام الإسلامي (جدة : دار الشروق ، 1983م) ص 17 بتصرف

وتنقسم الشائعات من حيث سرعتها إلى :

(1) الشائعة البطيئة أو الزاحفة : وهي التي تروج ببطء ، ويتناقلهـا الناس همسا ، وبطريقة سرية ، إلى أن يعرفها الجميـع آخـر الأمر .

(2) الشائعة السريعة أو العنيفة وهي التي تنتشر بين جماعات كبيرة في زمن بالغ القصر ، ومن أنماطها ما يروج أثنـاء الكـوارث العامة أو الأحداث الضخمة .

(3) الشائعة القامصة أو الغاطسة : وهي التي تظهـر فـي وقـت وظروف ثم تختفي لتعاود الظهور من جديد في مثـل الأحـوال التي ظهرت فيها أول مرة .[1]

ويمكن تقسيم الشائعة حسب إمكانيات انتشار وحياة وتداول الشائعة أو عدم ذلك إلى شائعات خاملة وأخرى نشطة ، ويمكن تقسـيمها تقسـيمات أخرى غير التي وردت في التصنيفات السابقة .

---

[1] د. أحمد نوفل ، الإشاعة (المنصورة : دار الوفاء للطباعة والنشر ، 1983) ص 79

مصادر الشائعات :

(1) الخصوم ، سواء كانوا ظاهرين أم غير ظاهرين ، دولا أو أفرادا أو جماعات .

(2) الطابور الخامس Fifth Column وهم جماعة الخونة والمخربين من داخل المجتمع لصالح عدو خارجي في حالة عداء أو حرب مع الوطن أو القيادة ، ويعود هذا التعبير إلى فرانسيسكو فرانكو الذي أعلن إبان الحرب الأهلية الأسبانية 1935-1939م أنه يهاجم مدريد بأربعة طوابير من الخارج ، ويساعده أنصاره من داخل مدريد في طابور خامس .

(3) الذات الفردية أو الجماعية ، فليست الشائعة دائما من الآخر ، بل قد يطلق الأفراد أو الجماعات شائعات عن أنفسهم لتحقيق أهداف محددة مثل الشائعة التي أطلقتها إسرائيل قبل حرب أكتوبر 1973 بأنها صاحبة الجيش الذي لا يقهر .

خلفيات نفسية وراء الشائعات :

(1) الخوف الذي يؤدي إلى حدوث ارتباك في وسائل الإدراك المعرفي يؤدي إلى عدم القدرة على التقدير السليم لأمور العالم الخارجي ، ويظهر هذا بوضوح في حالات الخوف المرضي ، كما يظهر للأشخاص العاديين في حالات الخوف الشديد .

(2) الإسقاط : سواء كان الإسقاط مباشرا أو غير مباشر ، كقول أحد الموظفين المرتشين : كل الموظفين مرتشون ، وكل الذمم فاسدة .

(3) الحسد ، حيث يحرك الحسد الكثير من نوازع الرغبة في تشويه صورة الآخرين .

(4) السأم والبحث عن الإثارة .

(5) الكراهية

(6) التوترات الانفعالية [1]

أهداف الشائعات :

هناك شائعات موجهة إلى الأفراد وشائعات موجهة إلى الجماعات أو المجتمعات وأخرى موجهة إلى الدول.

وتهدف الشائعات الفردية إلى :

(1) تشويه صورة الآخر .. كأن تحبك القصص عن فساد ذمة الخصم أو كونه مداهنا ، أو علاقات غير مشروعة .

---

[1] د. محمد عثمان الخشت ، مصدر سابق ، ص ص 24-44 بتصرف شديد

(2) دق الأسافين ، ويغلب هذا الهدف على شائعات النميمة حيث تكون الغاية هي الإيقاع بين الناس لإحداث الفرقة بينهم .

(3) إرضاء الأصدقاء عندما يكونون من الذين يتلذذون بجمع القصص والأخبار الشاذة .

(4) الدخول في دائرة اهتمام الآخرين بترديدهم للشائعات .

(5) جلب الشهرة ، فقد يروج الشخص شائعة حول نفسه للقيام بهذا الغرض.

(6) ملء فراغ الحديث .

(7) تعطيل نجاح الآخرين وتشتيت انتباههم .

وعلى مستوى الجماعات قد يكون الهدف هو تخفيف العبء ، أو تبرير الفشل ، أو ترويج المنتجات للشركات ، أو حتى تعطيل رواج منتجات الشركات المنافسة .

وعلى مستوى الدول تأخذ الشائعات أهدافا مثل تحطيم المعنويات ، والتحفيز ضد شيء ما ، أو قد تكون طعما لاصطياد الحقائق ، أو سحبا لتغطية الحقائق ، أو القضاء على مصداقية أنباء الخصم ، أو اضطراب تفكير الخصم ، أو رسم الهالة حول الذات .[1]

---

[1] المصدر السابق ، ص 45

ومما سبق يتضح أن هدف الشائعات غالبا ما تكون غير أخلاقية ، لذا فإن للإسلام موقف ومنهج في التعامل مع الشائعات ، يتسم بالمنهجية العلميـــة الفائقة .

موقف الإسلام من الشائعات :

يحرم الإسلام إطلاق الشائعات المغرضة ضد الأفراد والمجتمعات التي تحتوي على الأخبار الكاذبة ، والأحداث الملفقة ، لأهـــداف غيـــر أخلاقية ، لأنها تضعف الهمم ، وتعرقل العزائم ، وتحطـــم الآمـــال ، وتعوق سير الأعمال ، وتوقف مسيرة الإصلاح .

ومن يقترف شيئا من ذلك يأثم ، حيث يقول رسول الله (صلى الله عليه وسلم) فيما أخرجه الطبراني في الكبير عن أبي الدرداء :

(أيما رجل أشاع على رجل مسلم بكلمة وهو منها بريء يشـــينه فـــي الدنيا كان حقا على الله تعالى أن يدنيه يوم القيامة في النار حتى يـــأتي بإنفاذ ما قال)

يعني يحبسه في نار جهنم حتى يثبت صحة ما رماه به ، ولن يتســـنى له ذلك .

ومن ذب عن عرض أخيه كان له حجابا من النار ، قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم) فيما رواه مسلم :

" من ذب عن عرض أخيه بالغيب كان حقا على الله أن يقيه النار " ثم قرأ (وَكَانَ حَقًّا عَلَيْنَا نَصْرُ الْمُؤْمِنِينَ) [1]

وإذا كانت الشائعات جماعية أي ضد الجماعة تضاعف أثرها ، فيتضاعف وزرها فإنها قد توقد نار الحروب وتنشر البغضاء والشحناء ، وتعصف بالأمن والطمأنينة والسلام ، لذلك كله حذرنا الله تعالى من الأخبار السيئة والشائعات الرديئة التي يختلقها ذوو النيات السيئة الذين يعملون على إشاعة الفرقة وبلبلة الخواطر وإحداث الفوضى في صفوف الأمة[2] .

ومن مناحي الإعجاز في التشريع الإسلامي المتمثل في القرآن الكريم والسنة النبوية أنه وضع منهجا علميا ذا قواعد وأسس واضحة لمواجهة الشائعات ومنع خطرها عن الأفراد والمجتمعات على النحو الذي تعجز أمامه كل الأطروحات الفكرية والاجتهادات العقلية النظرية ، بل والقوانين الوضعية والمواثيق الأخلاقية والحقوقية لمحاولة حصار الشائعة أو وأدها قبل أن تشيع بين المجتمع .

---

[1] الآية رقم (47) من سورة الروم

[2] محمد عبد الرؤوف بهنسي ، الرأي العام في الإسلام (القاهرة :مؤسسة الخليج العربي ، الطبعة الثانية ، 1987م) ص 53

وليس هذا الموقف موقفا أخلاقيا مثاليا فحسب ، وإنما كذلك موقف عملي واقعي ، فقد وضع الإسلام لمواجهة الشائعات الهدامة مجموعة من التدابير لصد هذه الشائعات ، وتنقسم هذه التدابير إلى قسمين :

الأول : يتمثل في التشريعات والإجراءات التي تعمل على عدم خلق بيئة مواتية لظهور الشائعات

والثاني : يتمثل في اتخاذ مجموعة من الإجراءات التي يمكنها خنق الشائعات في بداية ظهورها إذا استطاعت الظهور واخترقت التدبيرات الأولى ، وفي النهاية فإن كل هذه التشريعات مكملة لبعضها ومدعمة لها

وتتمثل هذه الإجراءات فيما يلي :

(1) تحريم الكذب : إذ أن كل محتويات الشائعة أو بعضها على الأقل افتراء واختلاق ، والله تعالى يقول (إِنَّ اللَّهَ لاَ يَهْدِي مَنْ هُوَ كَاذِبٌ كَفَّارٌ) [1] ، وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم (كبرت خيانة أن تحدث أخاك حديثا هو لك به مصدق وأنت له به كاذب)[2] ، وهذا يحدث تماما في نقل الشائعات ، كما يحذر الرسول (صلى الله عليه وسلم) من مختلقي الشائعات ليبث

---

[1]الآية رقم (3) من سورة الزمر

[2]أخرجه البخاري في كتاب الأدب المفرد ، وأبو داوود وأحمد والطبراني

روح الضحك بين الأصدقاء ، فيقول (ويل للذي يحدث فيكــذب ليضحك به القوم ، ويل له ، ويل له) [1] وعد النبي (صـــلى الله عليه وسلم) الكذب شعبة من شعب النفاق ، فقال في الحــديث الصحيح (آية المنافق ثلاث : إذا حدث كذب ، وإذا وعد أخلف ، وإذا اؤتمن خان) [2] .

(2) تحريم الغيبة ، حيث تنطوي الشائعة – ولا شك – على الغيبــة التي هي ذكر المرء أخاه بما يكرهه لو بلغه ، سواء ذكره بنقص في بدنه أو نسبه أو في خلقه أو في فعله أو في دينه أو في دنياه ، حتى في ثوبه وداره ودابته [3] ، وتحريم الإسلام للغيبة هـــي محاصرة لإحدى جبهات الشائعات حيث يقــول تعــالى :" وَلاَ يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضاً أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتاً فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِــيمٌ " [4] وروى أبــو هريرة أن النبي (صلى الله عليه وسلم) قال " أتدرون ما الغيبة ؟ " قالوا الله ورسوله أعلم قال " ذكرك أخاك بما يكرهـــه قيـــل أرأيت إن كان في أخي ما أقوله ؟ قال : "إن كان فيه ما تقدم فقد

---

[1] أخرجه أبوداوود والترمذي وحسنه ، والنسائي .

[2] متفق عليه

[3] أبو حامد الغزالي ، إحياء علوم الدين ، ج2 (القاهرة : مكتبة مصر ، ص1998م) ص 180

[4] سورة الحجرات ، الآية رقم (12)

اغتبته ، وإن لم يكن فيه فقد بهته "[1] كما طلب الإسلام من المسلم إذا سمع الشائعات والكلام الذي يحتوي على الغيبة أن يرد غيبة أخاه ، فعن أبي الدرداء رضي الله عنه قال : قال رســول الله صلى الله عليه وسلم " من رد عرض أخيه بالغيب كان حقا على الله أن يرد عن عرضه يوم القيامة "[2] وعن أسماء بنــت يزيــد قالت قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " من ذب عن عرض أخيه بالغيب كان حقا على الله أن يعتقه من النار "[3] .

(3) عدم التحدث بالخبر إلا بعد علم ويقين : لأن قوام الشائعة الظن والتخمين ، ولابد للمسلم من التثبت والتأكــد مــن المعلومــات والأخبار التي يتناقلها . والذي يتدبر القرآن الكريم يجد كثيرا من آياته تأمر الناس بالتثبت من صحة ما ينطقون به ، وما يسمعونه من غيرهم ، وما يقرعونه في صحفهم ، وما يدور بيــنهم مــن أحداث في حياتهم [4]، ومن هذه الآيات قوله تعالى : "يَــا أَيُّهَــا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلاَ تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَى إِلَيْكُمُ السَّلاَمَ لَسْتَ مُؤْمِناً تَبْتَغُونَ عَرَضَ الحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنــدَ اللَّــهِ مَغَانِمُ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنتُم مِّن قَبْلُ فَمَنَّ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُــوا إِنَّ اللَّــهَ

---

[1] أخرجه مسلم

[2] أخرجه ابن أبي الدنيا ، والطبراني

[3] أخرجه الطبراني

[4] د محمد سيد طنطاوي ، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام (القاهرة : دار الشروق :2001) ص 188

كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيراً "[1] ومن أجمع الآيــات القرآنيــة التــي حاربت الإشاعات الكاذبة ، وأمرت المؤمنين بالتثبت من صحة ما يصل إليهم من أخبار قوله تعالى : " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُــوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْماً بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَــى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ (6) وَاعْلَمُوا أَنَّ فِيكُمْ رَسُولَ اللَّهِ لَوْ يُطِيعُكُمْ فِي كَثِيرٍ مِّنَ الأَمْرِ لَعَنِتُّمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبَّبَ إِلَيْكُمُ الإِيمَانَ وَزَيَّنَــهُ فِــي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّهَ إِلَيْكُمُ الكُفْرَ وَالْفُسُوقَ وَالْعِصْيَانَ أُوْلَئِكَ هُمُ الرَّاشِدُونَ (7) فَضْلاً مِّنَ اللَّهِ وَنِعْمَةً وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (8)[2] ، ومن أقــوال علي بن أبي طالب رضي الله عنه " ولا تعجلن إلى تصديق ساع ، فإن الساعي غاش ، وإن تشبه بالصالحين ، واعلــم أن مــن أسرع إلى الناس بما يكرهون قالوا فيه ما لا يعلمون "

(4) تحريم نقل وتداول الأخبار الكاذبة بين الجماهير ، وليس مجرد الكذب ، بل نشر ونقل الأخبار والمعلومات التي يعرف الشخص أنها مكذوبة ، لما يمثل ذلك من إيذاء للمؤمنين ، وادعاء علــيهم بالباطل ، والاشتراك في محاولات التشهير بهم ، وقد توعد الله تعالى أولئك بقوله عز وجــل : " وَالَّــذِينَ يُــؤْذُونَ المُــؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بِغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ احْتَمَلُوا بُهْتَاناً وَإِثْماً مُّبِيناً[3] "

---

[1] سورة النساء ، الآية رقم 94

[2] سورة الحجرات ، الآيات (6-8)

[3] سورة الأحزاب ، الآية رقم 58

(5) كتمان الشائعات والتزام الصمت أمامها بدلا مـــن تناقلهـــا ، لأن الكتمان لها يميتها ، ويدل على الاستخفاف بشأنها ، ومتى حدث ذلك في أي أمة سادها الأمن والأمان ، وقد عاتب الله تعالى نفرا من المؤمنين بعدما تناقلوا شائعة الإفك عن السيدة عائشة رضي الله عنها فقال : " وَلَوْلا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُم مَّا يَكُونُ لَنَا أَن نَّــتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِــيمٌ (16) يَعِظُكُمُ اللَّـــهُ أَن تَعُــودُوا لِمِثْلِهِ أَبَداً إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ (17) وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الآيَاتِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (18)[1] وعن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي (صلى الله عليه وسلم) أنه قال " من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو ليصمت "[2] ، وقال " من صمت نجا " [3] وجعل رســـول الله أكثر ما يكب الناس في النار حصائد الألسنة تنبيها لخطورة ما يتفوه به الإنسان ، ويشارك به في نشر الشائعات ، فقد قـــال معاذ بن جبل قلت يا رسول الله أنؤاخذ بما نقول ؟ فقال " ثكلتك أمك يا ابن جبل وهل يكب الناس في النار علـــى منـــاخرهم إلا حصـــائد ألســـنتهم ؟"[4] ومن الآيات التـــي توعـــدت مروجـــي الإشاعات الكاذبة قول الله تعالى " لَئِن لَّمْ يَنتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّــذِينَ

---

[1] سورة النور ، الآيات (16-18)

[2] متفق عليه

[3] رواه الطبراني بسند جيد

[4] أخرجه الترمذي وصححه وابن ماجه ، والحاكم وقال صحيح على شرط الشيخين

فِي قُلُوبِهِم مَّرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِيَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لاَ يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلا قَلِيلاً (60) مَلْعُونِينَ أَيْنَمَا ثُقِفُوا أُخِذُوا وَقُتِّلُوا تَقْتِيلاً (61) سُنَّةَ اللَّهِ فِي الَّذِينَ خَلَوْا مِن قَبْلُ وَلَن تَجِدَ لِسُنَّةِ اللَّهِ تَبْدِيلاً (62)[1] والمرجفون في المدينة هم الذين كانوا ينشرون أخبار السوء بين المؤمنين ، ويلقون الأكاذيب الضارة بهم ، ويذيعونها بين الناس .

(6) الكف عن نشر الفضائح بأي صورة من الصور ، بل إن الستر على المسلم من شيم الإسلام ،يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " ومن ستر مسلما ستره الله يوم القيامة " [2] ، وليس معنى الستر التستر على المجرمين والظلمة وعدم الشهادة عليهم فهؤلاء يجب كشفهم وإظهار سوء أفعالهم ما تحققت المعلومات الكافية ، أو توفر عنصر الشهود في بعض المخالفات ، وما عدا ذلك يوجب الإسلام على من يروج الشائعات المكذوبة بعض العقوبات ، مثل عقوبة الخوض في أعراض الناس دون أن تتوافر الشهادة الشرعية ، وهو ما يعرف بالقذف ، قال تعالى : إِنَّ الَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لُعِنُوا فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ ، يَوْمَ تَشْهَدُ عَلَيْهِمْ أَلْسِنَتُهُمْ وَأَيْدِيهِمْ

---

[1] سورة الأحزاب ، الآيات (60-62)

[2] رواه مسلم

وَأَرْجُلُهُم بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ، يَوْمَئِذٍ يُوَفِّيهِمُ اللَّهُ دِينَهُمُ الْحَقَّ وَيَعْلَمُونَ أَنَّ اللَّهَ هُوَ الْحَقُّ الْمُبِينُ "[1]

(7) رد الأمور إلى مصادرها الأصيلة ، فحين تسري الشائعة بين الناس ، وتتضارب المعلومات ، وتتوه الحقائق ، ينبغي على المسلم أن يرجع للمصادر الأصيلة للحصول على المعلومات الصادقة دون الانسياق وراء هذه الإشاعات ، لا كما يفعل المنافقون في أوقات السلم والحرب بهدف زعزعة استقرار الأمة ،وضرب وحدتها خدمة لتحقيق أهداف أعدائها ، وقد فضح الله طائفة منهم تبنت هذا السلوك ، قال تعالى : " وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُوْلِي الأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلاَّ قَلِيلاً "[2]

(8) مواجهة الشائعات بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة ، بدلا من ترك الفرصة أمام مروجي الشائعات لاختلاق الأحداث وتلفيقها ، ولي عنق الحقائق ، ومن النماذج على مواجهة الشائعات ووأدها بأسلوب نشر المعلومات الصحيحة ما فعله جعفر بن أبي طالب رضي الله عنه أمام النجاشي ملك الحبشة بعدما أشاع عمرو بن العاص – قبل أن يسلم – عن المسلمين

[1] سورة النور ، الآيات (23-25)
[2] سورة النساء ، الآية رقم 83

المهاجرين للحبشة بأنهم سفهاء من قريش ، وقال للنجـــاشي : " إن ناسا من سفهائنا فارقوا دين قومهم ولم يدخلوا فـــي دينـــك ، وجاءوا بدين مبتدع لا نعرفه نحن ولا أنتم ، ونرجو أن تطردهم من بلادك " ووضح جعفر الأمر وأجلاه فقال للنجاشي : " أيهـــا الملك : كنا قوما أهل جاهلية ، نعبد الأصنام ، ونأتي الفـــواحش ونقطع الأرحام ، ونسيء الجوار ، ويأكل القوي منا الضعيف ، فكنا على ذلك ، حتى بعث الله إلينا رسولا منا ، نعـــرف نســـبه وصدقه وأمانته وعفافه ، فدعانا إلى الله لنوحده ونعبده ، ونخلع ما كنا نعبد نحن وآباؤنا من دونه من الحجارة والأوثان ، وأمرنا بصدق الحديث ، وأداء الأمانة ، وصلة الرحم ، وحسن الجوار ، والكف عن المحارم والدماء ، ونهانا عـــن الفـــواحش ، وقـــول الزور ، وأكل مال اليتيم ، وقذف المحصنات ....فصدقناه وآمنا به واتبعناه على ما جاء به من دين الله فعدا علينا قومنا ، فعذبونا وفتنونا عن ديننا ، ليردونا إلى عبادة الأوثان ، وأن نستحل مـــا كنا نستحل من الخبائث ...فلما قهرونا وظلمونا وضيقوا عليـــنا ، وحالوا بيننا وبين ديننا خرجنا إلى بلادك ، واخترناك على من سواك ورغبنا في جوارك ، ورجونا أن لا نظلم عندك أيها الملك "[1] ، ولم يكتف جعفر بتوضيح الحقائق ، بل قدم الأدلة القاطعـــة

---

[1] أبو محمد عبد الملك بن هشام المعافري ، السيرة النبوية ،ج 1(القاهرة : دار التراث العربي : تحقيق د .أحمد حجازي السقا ، د. ت.) ص 206

على كلامه حينما تلا بعض آيات القرآن الكـريم من أول سورة مريم ، حتى بكى النجاشي ، وقال : " إن هذا والذي جـاء بـه عيسى ليخرج من مشكاة واحدة " وتعهد بعدم إسـلام المسـلمين إلى مبعوثي قريش ، وهكذا في كـل شـائعة لـو حوصـرت بالمعلومات الصحيحة والأدلة على بطلانها كان ذلك سببا فـي اندثارها ، وخيبة أمل مختلقيها .

(9) ضرورة أن يتحلى المسلم بالحس النقدي لما قد يسمعه، فليس كل ما يسمع يصدق ، والله تعالى أمرنا أن نتبين ونتثبت عند سماعنا للأخبار والمعلومات فقال في آية واضحة كل الوضوح على ذلك " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْماً بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ " [1] وفي قراءة صحيحة ، فتثبتوا بدلا من فتبـينوا ، ولذلك لما وقعت حادثة الإفك واتهـام السيدة عائشة رضي الله عنها بالفاحشة قال أبو أيوب الأنصاري رضي الله عنه لامرأته : يا أم أيوب لو أنك مكان عائشة أكنـت فاعلة ؟ قالت : لا والله ما كنت فاعلة ، قال : فوالله عائشة خير منك "[2] ، فقد وضع أبو أيوب وزوجته ما سمعوه من شائعات في السياق الصحيح لاستنتاج الأمور ووضعها في ميزان النقد ، فلا سيرة وأخلاق عائشة تسوغ لهذه الشـائعة ، ولا سـيرة وخلـق

[1] سورة الحجرات ، الآية رقم 6

[2] ابن هشام ، السرة النبوية ، مصدر سابق ، ص 224

صفوان بن المعطل تسمح له بالتجرؤ على عرض رسـول الله صلى الله عليه وسلم ، فينبغي على المسلم أن يضع المقـدمات الصحيحة ويدركها ليصل إلى النتائج الصائبة .

(10) غرس الروح المعنوية العالية فـي الأمـة : لتحصـينها ضـد الشائعات المغرضة التي تفت في عضد الأمة ، والحالة المعنوية للأمة مسألة في غاية الأهمية ، فالحالة المعنوية هي القوة الذاتية الكامنة في داخل الإنسان والتي تدفعه لإنجاز أهدافه ، أو تهـبط من همته ، أو هي العامل الذي يحفز الإنسان إلى إطلاق أقصى طاقاته وقدراته الإبداعية ، ويضاعف من فعالية أدائه [1] ، ويلعب القادة دورا مهما في تقوية الروح المعنوية للمجتمع ، لما لهم من تأثير على الرأي العام ، ويتحقق ذلك مـن خـلال القـرارات الصائبة والحكيمة التي يتخذها لصالح المجـتمع ، والقدرة على الاستقراء والتحليل والاستنتاج والثقة بالنفس والاطمئنان علـى الجبهة الداخلية ، وخاصة في أوقات الحروب ، وتجد الشائعات بيئتها الخصبة مع انخفاض همة المجتمع وانتشار القيم السـلبية كاليأس والإحباط والاستسلام والسلبية واللامبالاة .

(11) تغليب حسن الظن بالمسلمين : حيث يقول الحق تبارك وتعالى " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيراً مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلاَ

---

[1] سبأ عبد الله باهبري ، قراءات واجتهادات في الحرب النفسية (الرياض : 1422هـ، د.ن.) ص 11

تَجَسَّسُوا وَلاَ يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضاً أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتاً فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ "[1] أي لا تظنوا بأهل الخير سوءا إن كنتم تعلمون من ظاهر أمرهم الخير ، وإذا سمعتم من الشائعات التي تنال من مسلم عرف عنه الخير فغلبوا حسن الظن ، ولا تظنوا به إلا الخير ، وقد عاتب الله الذين لاكوا بألسنتهم شائعة الإفك فقال " لَوْلا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْراً وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ " [2] ، وكان لأبي أيوب الأنصاري وزوجته موقفا نبيلا تبين فيه حسن الظن بالسيدة عائشة رضي الله عنها ، التي ما علم منها إلا خيرا كما توصلا في استنتاجهما ،وعن أبي هريرة رضي الله عنه أنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " إياكم والظن ، فإن الظن أكذب الحديث ولا تحسسوا ولا تجسسوا ولا تناجشوا ولا تحاسدوا ولا تباغضوا ولا تدابروا ، وكونوا عباد الله إخوانا "[3]وروي عن أمير المؤمنين عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه قال: ولا تظنن بكلمة خرجت من أخيك المؤمن إلا خيراً, وأنت تجد لها في الخير محملاً. وقال عبد الله بن عمر رضي الله عنهما قال: رأيت النبي صلى الله عليه وسلم يطوف بالكعبة

---

[1] سورة الحجرات ، الآية رقم 12

[2] سورة النور ، الآية رقم 12

[3] رواه الشيخان ، واللفظ للبخاري

ويقول: "ما أطيبك وأطيب ريحك ما أعظمك وأعظم حرمتـك, والذي نفس محمد بيده لحرمة المؤمن أعظم عند الله تعالى حرمة منك, ماله ودمه وأن يظن به إلا خيراً"[1] وحذر النبي (صلى الله عليه وسلم) من سوء الظن بالمسلمين ، ووضع العـلاج لهـذا الداء ، فعن حارثة بن النعمان رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "ثلاث لازمات لأمتي: الطيرة والحسد وسوء الظن" فقال الرجل: وما يذهبهن يا رسول الله ممن هن فيه ؟ قال صلى الله عليه وسلم: "إذا حسدت فاستغفر الله, وإذا ظننت فلا تحقق, وإذا تطيرت فامض" [2] فالإسلام يقطع على المسـلم كل سبل الظن السيئ بإخوانه ، وأن لا يتمادى في هذا الظن ، إذ من سمات المؤمنين الصادقين أن يدعوالله قائلين " رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا وَلِإِخْوَانِنَا الَّذِينَ سَبَقُونَا بِالإِيمَانِ وَلاَ تَجْعَلْ فِي قُلُوبِنَا غِلاًّ لِّلَّذِينَ آمَنُوا رَبَّنَا إِنَّكَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ "[3]، ومن أراد أن يحسن الناس به الظن فعليه أن يتجنب الشبهات ومواضع التهم ، وأن لا يقول قولا أو أ، يفعل فعلا يحمل غيره على سوء الظن به، ولقد ضرب لنا نبينا –صلى الله عليه وسلم – أروع الأمثلة في اتقاء الشبهات ، فقد روت أم المؤمنين السيدة صفية بنت حيـي بـن

---

[1] رواه ابن ماجه

[2] رواه الطبراني

[3] سورة الحشر ، الآية رقم 10

أخطب أن النبي – صلى الله عليه وسلم – كـــان معتكفـــا فـــي المسجد فذهبت إليه وتحدثت معه ، فلما أرادت الانصراف قـــام رسول الله يمشي معها ، فمر بهما رجلان من الأنصار ، فسلما وانصرفا مسرعين ، فناداهما الرسول –صلى الله عليه وسلم – وقال لهما : " إنها زوجتي صفية " فقالا يا رسول الله ما نظـــن بك إلا خيرا ، فقال – صلى الله عليه وسلم – : " أنا أعلم ذلـــك منكما ولكن الشيطان يجري من ابن آدم مجرى الدم في ، وإني خشيـــت أن يقـــذف فيكما شيئا " ، والدعوة إلى حسن الظن ليس معناها الغفلة عن كيد الأعداء ومكرهم وسوء ســـعيهم ، وإنمـــا تعني اليقظة والحذر ولكن دون شطط أو تحميل الأشياء مـــا لا تحتمل [1] وبذلك تخمد نار الشائعات ، وتقتل في مهـــدها بهـــذه الروح التي ينبغي أن تسود بين مجتمع المسلمين .

نموذج لمعالجة القرآن والسنة إحدى الشائعات الخطيرة ، وهي : شائعة الإفك

وملخص هذه الشائعة هو أن نفرا اتهموا السيدة عائشة بنت أبي بكر الصديق رضي الله عنهما وأشاعوا عنها ارتكابها الفاحشة مع صفوان بـــن

[1] أ.د. محمد سيد طنطاوي ، سابق ، ص 226

المعطل السلمي رضي الله عنه ، والواقعة كما أوردها البخاري رحمـــه الله في صحيحه :

(قالت عائشة رضي الله عنها : كان رسول الله صلى الله عليه وســـلم إذا أراد سفراً أقرع بين أزواجه ، فأيتهن خرج سهمها خرج بهـــا رســـول الله صلى الله عليه وسلم معه ، قالت عائشة : فأقرع بيننا في غزوة غزاهـــا فخرج فيها سهمي ، فخرجت مع رسول الله صلى الله عليه وسلم بعـــد مـــا أنزل الحجاب ، فكنت أحمل في هودجي وأنزل فيه ، فسرنا حتى إذا فـــرغ رسول الله صلى الله عليه وسلم من غزوته تلك وقفل ، ودنونا من المدينـــة قافلين ، آذن ليلة بالرحيل ، فقمت حين آذنوا بالرحيـــل ، فمشـــيت حتـــى جاوزت الجيش ، فلما قضيت شأني أقبلت إلي رحلي ، فلمست صدري فإذا عقد لي من جزع ظفار قد انقطع ، فرجعت فالتمست عقدي فحبسني ابتغاؤه ، قالت : وأقبل الرهط الذين كانوا يرحلون لي ، فاحتلموا هودجي فرحلوه على بعيري الذي كنت أركب عليه ، وهم يحسبون أني فيه ، وكان النساء إذ ذاك خفافاً لم يهبلن ، ولم يغشهن اللحم ، إنما يأكلن العلقة من الطعـــام ، فلم يستنكر القوم خفة الهودج حين رفعوه وحملوه ، وكنت جاريـــة حديثـــة السن ، فبعثوا الجمل فساروا ، ووجدت عقدي بعدما استمر الجيش ، فجئت منازلهم وليس بها منهم داع ولا مجيب ، فتيممت منزلي الذي كنت فيـــه ، وظننت أنهم سيفقدونني فيرجعـــون إلي ، فبينا أنا جالسة في منزلي غلبتني عيني فنمت ، وكان صفوان بن المعطل السلمي ثم الذكواني مـــن وراء

الجيش ، فأصبح عند منزلي ، فرأى سواد إنسان نائم فعرفني حين رآني ، وكان رآني قبل الحجاب ، فاستيقظت باسترجاعه حين عرفني ، فخمرت وجهي بجلبابي ، ووالله ما تكلمنا بكلمة ، ولا سمعت منه كلمة غير استرجاعه ، وهوى حتى أناخ راحلته ، فوطئ على يدها ، فقمت إليها فركبتها ، فانطلق يقود بي الراحلة حتى أتينا الجيش موغرين في نحر الظهيرة وهم نزول ، قالت : فهلك في من هلك ، وكان الذي تولى كبر الإفك عبد الله بن أبي ابن سلول . قال عروة : أخبرت أنه كان يشاع ويتحدث به عنده ، فيقره ويستمعه ويستوشيه . قال عروة أيضاً : لم يسم من أهل الإفك أيضاً إلا حسان بن ثابت ، و مسطح بن أثاثة ، و حمنة بنت جحش ، في ناس آخرين لا علم لي بهم ، غير أنهم عصبة ، كما قال الله تعالى ، وإن كبر ذلك يقال له : عبد الله بن أبي ابن سلول . قال عروة : كانت عائشة تكره أن يسب عندها حسان ، وتقول : إنه الذي قال

فإن أبي ووالده وعرضي لعرض محمد منكم وقاء

قالت عائشة : فقدمنا المدينة ، فاشتكيت حين قدمت شهراً ، والناس يفيضون في قول أصحاب الإفك ، لا أشعر بشيء من ذلك ، وهو يريبني في وجعي أني لا أعرف من رسول الله صلى الله عليه وسلم اللطف الذي كنت أرى منه حين أشتكي ، إنما يدخل علي رسول الله صلى الله عليه وسلم فيسلم ، ثم يقول : (كيف تيكم) . ثم ينصرف ، فذلك يريبني

ولا أشعر بالشر ، حتى خرجت حين نقهت ، فخرجت مع أم مسطح قبل المناصع ، وكان متبرزنا ، وكنا لا نخرج إلا ليلاً إلى ليل ، وذلك قبل أن نتخذ الكنف قريباً من بيوتنا ، قالت : وأمرنا أمر العرب الأول في البرية قبل الغائط ، وكنا نتأذى بالكنف أن نتخذها عند بيوتنا ، قالت : فانطلقت أنا و أم مسطح ، وهي ابنة أبي رهم بن المطلب بن عبد مناف ، وأمها بنت صخر بن عامر خالة أبي بكر الصديق ، وابنها مسطح بن أثاثة بن عباد بن المطلب ، فأقبلت أنا و أم مسطح قبل بيتي حين فرغنا من شأننا ، فعثرت أم مسطح في مرطها فقالت : تعس مسطح ، فقلت لها : بئس ما قلت ، أتسبين رجلاً شهد بدراً ؟ فقالت : أي هنتاه أو لم تسمعي ما قال ؟ قالت : وقلت : وما قال ؟ فأخبرتني بقول أهل الإفك ، قالت : فازددت مرضاً على مرضي ، فلما رجعت إلى بيتي دخل علي رسول الله صلى الله عليه وسلم فسلم ، ثم قال : (كيف تيكم) . فقلت له : أتأذن لي أن آتي أبوي ؟ قالت : وأريد أن أستيقن الخبر من قبلهما ، قالت : فأذن لي رسول الله صلى الله عليه وسلم فقلت لأمي : يا أمتاه ، ماذا يتحدث الناس ؟ قالت : يا بنية ، هوني عليك ، فوالله لقلما كانت امرأة قط وضيئة عند رجل يحبها ، لها ضرائر ، إلا أكثرن عليها . قالت : فقلت : سبحان الله أو قد تحدث الناس بهذا ؟ قالت : فبكيت تلك الليلة حتى أصبحت لا يرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم ، ثم أصبحت أبكي ، قالت : ودعا رسول الله صلى الله عليه وسلم علي بن أبي طالب و أسامة بن زيد ، حين استلبث الوحي ،

يسألهما ويستشيرهما في فراق أهله ، قالت : فأما أسامة فأشــار علــى رسول الله صلى الله عليه وسلم بالذي يعلم من براءة أهله ، وبالذي يعلــم لهم في نفسه ، فقال أسامة : أهلك ، ولا نعلم إلا خيراً . وأما علي فقال : يا رســول الله ، لم يضيق الله عليك ، والنساء ســواها كثيــر ، وســل الجارية تصدقك . قالت : فدعا رسول الله صلى الله عليه وسلم بريــرة ، فقال : (أي بريرة ، هل رأيت من شيء يريبك) . قالت له بريــرة : والذي بعثك بالحق ، ما رأيت عليها أمراً قط أغمصه أكثر من أنها جارية حديثة السن ، تنام عن عجين أهلها ، فتأتي الداجن فتأكله ، قالــت : فقــام رسول الله صلى الله عليه وسلم من يومه فاستعذر من عبد الله بــن أبــي وهو على المنبر ، فقال : (يامعشر المسلمين ، من يعذرني من رجل قــد بلغني عنه أذاه في أهلي ، والله ما علمت على أهلي إلا خيراً ، ولقد ذكروا رجلاً ما علمت عليه إلا خيراً ، وما يدخل على أهلي إلا معي) . قالت : فقام سعد بن معاذ أخو بني عبد الأشهل فقال : أنا يا رسول الله أعذرك ، فإن كان من الأوس ضربت عنقه ، وإن كان من إخواننا مــن الخــزرج ، أمرتنا ففعلنا أمرك . قالت : فقام رجل من الخزرج ، وكانــت أم حســان بنت عمه من فخذه ، وهو سعد بن عبادة وهو سيد الخــزرج ، قالــت : وكان قبل ذلك رجلاً صالحاً ، ولكن احتملته الحمية ، فقال لسعد : كذبت لعمر الله لاتقتله ،ولا تقدر على قتله ، ولو كان من رهطك ما أحببــت أن يقتل . فقام أســيد بن حضير وهو ابن عم سعد ، فقال لسعد بن عبادة

: كذبت لعمر الله لنقتلنه ، فإنك منافق تجادل عن المنافقين . قالت : فثــار الحيان الأوس والخزرج ، حتى هموا أن يقتتلوا ، ورسول الله صــلى الله عليه وسلم قائم على المنبر ، قالت : فلم يزل رسول الله صــلى الله عليــه وسلم يخفضهم ، حتى سكتوا وسكت ، قالت : فبكيت يومي ذلك لايرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم ، قالت : وأصبح أبواي عندي ، وقد بكيــت ليلتــين ويوماً ، لا يرقأ لي دمع ولا أكتحل بنوم ، حتى إني لأظن أن البكاء فــالق كبدي ، فبينا أبواي جالسان عندي وأنا أبكي ، فاستأذنت علي امــرأة مــن الأنصار فأذنت لها ، فجلست تبكي معي ، قالت : فبينا نحن على ذلك دخل رسول الله صلى الله عليه وسلم علينا فسلم ثم جلس ، قالت : ولــم يجلــس عندي منذ قيل ما قيل قبلها ، وقد لبث شهراً لا يوحي إليه في شأني بشيء ، قالت : فتشهد رسول الله صلى الله عليه وسلم حين جلس ، ثم قال : (أما بعد ، يا عائشة ، إنه بلغني عنك كذا وكذا ، فإن كنت بريئة ، فســيبرئك الله وإن كنت ألممت بذنب ، فاستغفري الله وتوبي إليــه ، فــإن العبــد إذا اعترف ثم تاب ، تاب الله عليه) . قالت : فلما قضى رسول الله صلى الله عليه وسلم مقالته قلص دمعي حتى ما أحس منه قطرة ، فقلــت لأبــي : أجب رسول الله صلى الله عليه وسلم عني فيما قال ، فقال أبي : والله ما أدري ما أقول لرسول الله صلى الله عليه وسلم ، فقلت لأمــي : أجيبــي رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما قال : ، قالت أمي : والله ما أدري ما أقول لرسول الله صلى الله عليه وســلم ، فقلت ، وأنا جارية حديثة السن لا

أقرأ من القرآن كثيراً : إني والله لقد علمت : لقد سمعتم هذا الحديث حتـــى استقر في أنفسكم وصدقتم به ، فلئن قلت لكم : إني بريئة ، لا تصدقونني ، ولئن اعترفت لكم بأمر ، والله يعلم أني منه بريئة ، لتصدقني ، فـــوالله لا أجد لي ولكم مثلاً إلا أبا يوسف حين قال : " فصبر جميل والله المستعان على ما تصفون " . ثم تحولت واضطجعت على فراشي ، والله يعلم أنـــي حينئذ بريئة ، وأن الله مبرئي ببراءتي ، ولكن والله ما كنـــت أظـــن أن الله منزل في شأني وحياً يتلى ، لشأني في نفسي كان أحقر من أن يتكلم الله في بأمر ، ولكني كنت أرجو أن يرى رسول الله صلى الله عليه وسلم في النوم رؤيا يبرئني الله بها ، فوالله ما رام رسول الله صلى الله عليه وسلم مجلسه ، ولا خرج أحد من أهل البيت ، حتى أنزل عليه ، فأخذه ما كان يأخذه من البرحاء، حتى إنه ليتحدر منه من العرق مثل الجمان ، وهو في يوم شات ، من ثقل القول الذي أنزل عليه ، قالت : فسري عن رسول الله صـــلى الله عليه وسلم وهو يضحك ، فكانت أول كلمة تكلم بها أن قال : (ياعائشة ، أما الله فقد برأك) . قالت : فقالت لي أمي : قومي إليه ، فقلت : والله لا أقوم إليه ، فإني لا أحمد إلا الله عز وجل ، قالت : وأنزل الله تعالى : " إن الذين جاءوا بالإفك عصبة منكم " . العشر الآيات ، ثم أنزل الله هذا فـــي براءتي ، قال أبو بكر الصديق ، وكان ينفق على مســـطح بـــن أثاثـــة لقرابته منه وفقره : والله لا أنفق على مسطح شيئاً أبداً ، بعد الذي قـــال لعائشة ما قال ، فأنزل الله : " ولا يأتل أولو الفضل منكم " – إلى قوله –

" غفور رحيم " . قال أبو بكر الصديق : بلى والله إني لأحب أن يغفر الله لي ، فرجع إلى مسطح النفقة التي كان ينفق عليه ، وقال : والله لا أنزعها منه أبداً ، قالت عائشة : وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم سأل زينب بنت جحش عن أمري ، فقال لزينب : (ماذا علمت ، أو رأيت) . فقالت : يا رسول الله أحمي سمعي وبصري ،والله ما علمت إلا خيراً ، قالت : عائشة : وهي التي كانت تساميني من أزواج النبي صلى الله عليه وسلم فعصمها الله بالورع . قالت : وطفقت أختها حمنة تحارب لها ، فهلكت فيمن هلك . قال ابن شهاب : فهذا الذي بلغني من حديث هؤلاء الرهط . ثم قال عروة : قالت عائشة : والله إن الرجل الذي قيل له ما قيل ليقول : سبحان الله ، فوالذي نفسي بيده ما كشفت من كنف أنثى قط ، قالت : ثم قتل بعد ذلك في سبيل الله .[1]

وكان الوحي الذي أنزل على رسول الله صلى الله عليه وسلم هي الآيات من الآية (11-20) من سورة النور ، وسنقف معها بعونه تعالى للتعرف على بعض دلالاتها :

[1] رواه البخاري في كتاب المغازي

الإعجاز القرآني في آيات شائعة الإفك :

الآية الأولي : "إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ لاَ تَحْسَبُوهُ شَرّاً لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُم مَّا اكْتَسَبَ مِنَ الإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَـذَابٌ عَظِـيمٌ(11)

أوجه الإعجاز المتعلق بتناول الشائعة في الآية :

(1) تحديد مصدر الشائعة ، وهو أهم عنصر في فهم أبعاد الشـائعة ، ومن ثم التصدي لها والقضاء عليها ، وإذا عرف الناس أن المروج الأول للشائعة شخص متهم في عقيدته وصـدقه وسـلوكه فهمـوا حقيقة الشائعة ووضعوها في السياق الصحيح لتتابع الأحداث ، وقد يكون الناس في حاجة لإعادة تذكيرهم بسلوك وصـفات مختلـق الشائعة ، وهو دور قادة الرأي والإعلام في كل مجتمع ، ولـذلك دائما ما يتخفى مختلقو الشائعات ، ولا يحبون ذكر أسمائهم كسـند للشائعة لأنهم غالبا متهمون في صدقهم ، وفي ثقة المجتمع بهـم ، ونلاحظ أن الآية الكريمة حين تحدثت عن مصدر هـذه الشـائعة قسمتهم إلى قسمين :

* مختلق الشائعة وهو الذي تولى كبره وهو عبد الله بن أبي بن سلول وهو رأس النفاق في المدينة المنورة وله تاريخ أسود ومواقف شـتى لا يستطيع أن يحبس فيها نفاقه ، من هذه المواقف موقفه في الغزوة التـي اختلق فيها شائعته المعروفة بالإفك وهي غزوة بني المصـطلق ، فقـد

ورد رسول الله والمسلمون ماء ، ومع عمر بن الخطاب أجير له من بني غفار، يقال له: جهجاه بن مسعود يقود فرسه، فازدحم جهجاه وسنان بن وبر الجهني، حليف بني عوف بن الخزرج على الماء، فاقتتلا، فصرخ الجهني: يا معشر الأنصار، وصرخ جهجاه: يا معشر المهاجرين، فغضب عبد الله بن أبي بن سلول، وعنده رهط من قومه فيهم: زيد بن أرقم، غلام حدث! فقال: أوقد فعلوها، قد نافرونا وكاثرونا في بلادنا، والله ما عدنا وجلابيب قريش إلا كما قال الأول: سمن كلبك يأكلك! أما والله لئن رجعنا إلى المدينة ليخرجن الأعز منها الأذل. ثم أقبل على من حضره من قومه، فقال لهم: هذا ما فعلتم بأنفسكم، أحللتموهم بلادكم، وقاسمتموهم أموالكم، أما والله لو أمسكتم عنهم ما بأيديكم لتحولوا إلى غير داركم. فسمع ذلك زيد بن أرقم، فمشى به إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، وذلك عند فراغ رسول الله صلى الله عليه من عدوه، فأخبره الخبر، وعنده عمر بن الخطاب، فقال: مر به عباد بن بشر فليقتله، فقال له رسول الله صلى الله عليه وسلم، فكيف يا عمر إذا تحدث الناس أن محمداً يقتل أصحابه! لا ولكن أذن بالرحيل، وذلك في ساعة لم يكن رسول الله صلى الله عليه وسلم يرتحل فيها، فارتحل الناس.[1] ، وهذا الموقف يبين ما يكنه هذا المنافق من نفاق

---

[1] ابن هشام المعافري ، السيرة النبوية ، (القاهرة : دار التراث العربي ،تحقيق د.أحمد حجازي السقا ، ج 3) ص 214

وحسد وبغض للإسلام والمسلمين ، وقد أراد أن يوجـــه طعنتـــه فـــي شخص القائد صلى الله عليه وسلم ، باختلاق هذه الشائعة الحقيرة .

*بعض المؤمنين الذين لاكت ألسنته الشائعة وتناقلوها عن رأس الأفعـــى ، وهم عصبة كما ذكرت الآية ، والعصبة ثلاثة رجال، قاله ابن عباس. وقيل من الثلاثة إلى العشرة، وأصلها في اللغة وكلام العرب الجماعـــة الـــذين يتعصب بعضهم لبعـــض ، وهم حسان بن ثابت رضي الله عنه ، والسيدة حمنة أخت السيدة زينب بنت حش رضي الله عنهما ، ومسطح بـــن أثاثـــة ابن بنت خالة أبي بكر رضي الله عنه ، وهو مهاجر بدري مســـكين كـــان يقسم له أبو بكر ما شاء الله من ماله ، وامتنع الأغلبية من المسلمين عـــن التعرض للسيدة عائشة وصفوان بن المعطل الذي قال عن نفسه : والله ما كشفت كنف أنثى قط، يريد بزنى. وقتل شهيداً رضي الله عنه في غـــزوة أرمينية سنة تسع عشرة في زمان عمر، وقيل: ببلاد الـــروم ســـنة ثمـــان وخمسين في زمان معاوية .[1]

(2) لفت نظر المؤمنين أنه بالرغم من شناعة هذه الشـــائعة إلا أنهـــا لا ينبغي أن تكون سببا في فقدان الثقة في رموز المجتمع ، ولا في المنظومة الأخلاقية التي ينادي بها الإسلام ، تدريب للمؤمنين على مواجهة المحـــن والخطوب ،وأن المحنة تعقبها المنحة ، وأنه لا يوجد أي شيء شرا بنسبة

[1] الإمام القرطبي ، الجامع لأحكام القرآن (القاهرة : المكتبة التوفيقية ، د.ن ،. ج12) ص 146

مائة بالمائة ، بل إن البلاء النازل في الدنيا ألمه قليل ، وخيره هو الثواب الكبير في الآخرة .

(3) تقبيح صورة الشائعات في عيون المجتمع ، وذلك من خلال تسميتها إفكا ، وهو أشد أنواع الكذب ، لأنه كذب في حق من يثق الجميع بعكس ما يروج عنها من شائعات ، ومن خلال الوعيد بمن يقود زمام الشائعة المؤتفكة بالعذاب العظيم في الآخرة ، كما لا تخلو الدنيا من عذاب ، وهو إقامة حد القذف كم ثبت أنه صلى الله عليه وسلم حد حسان وحمنة ومسطح دون ابن أبي ، لأن الحد يطهر المؤمن ، ويكفر عنه الذنب ، بخلاف الكافر والمنافق أو أ، النبي (صلى الله عليه وسلم) لم يحد ابن أبي تأليفا لقومه واحتراما لابنه الصحابي الجليل .

الآية الثانية : يقول تعالى : " لَوْلا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْراً وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ (12)" ، وفيها من أوجه الإعجاز ما يلي :

(1) وضع تصور فريد لتعامل المسلمين مع الشائعات إذا ظهرت في المجتمع ، وتغليب حسن الظن بالمسلمين ، وهو جزء من إستراتيجية شاملة لمواجهة الشائعات ، وسبحان من هذا كلامه ، والعمل على إشاعة روح الحب والثقة وحسن الظن بين المسلمين ، وأنه لا يؤمن أحدهم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه ، ونلاحظ قول الله تعالى (ظن

المؤمنون والمؤمنات بأنفسهم) قال القرطبي أي بـإخوانهم ، و كـأن إخوانهم هم أنفسهم ، وبذلك يتحقق النسيج الواحد للمجتمـع الإسـلامي الذي شبهه النبي (ص) في هذه الأجواء المفعمة بالحب والود والتراحم كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سـائر الأعضـاء بالحمى والسهر .

(2)العتاب الرقيق من الله تعالى للمؤمنين إذا أخطؤا ، وتلـك طبيعـة الإنسان ، لا توجيه أقسى عبارات التعنيف واللـوم ، فـالعبرة التعلـيم والتشريع ، وليس اللوم والتثريب .

(3)حث المسلمين على إعمال القياس ، والتزود بحس نقدي عال فـي مواجهة الشائعات ، وأن يقيسوا الأمر على أنفسهم ، فإذا كان ذلك يبعد فيهم فهو أبعد في عائشة وصفوان ، وهو ما هدى الله إليه أبـا أيـوب الأنصاري وزوجته على ما سبق ذكره .

(4) عدم الكف عن تقبيح الشائعات ، وتكرار وصف هذه الشائعة بالإفـك المبين ، حتى ترسم الصورة السلبية التي تنطوي عليها فـي أذهـان المؤمنين .

الآية الثالثة : يقول تعالى : "لَوْلا جَاءُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاءِ فَأُوْلَئِكَ عِندَ اللَّهِ هُمُ الكَاذِبُونَ (13)"

وفي هذه الآية الكريمة من أوجه الإعجاز ما يلي :

(1) توجيه اللوم والتوبيخ إلى أهل الإفك الذين اختلقوا هذه الشـــائعة ، وبما أن موضوع الشائعة جنسي ويتعلق بالاتهام في العرض ففـــي الآية الكريمة إحالة إلى آية القذف التي سبقت هذه الآيات من سورة النور يقول تعالى : " وَالَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَاجْلِدُوهُمْ ثَمَانِينَ جَلْدَةً وَلاَ تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَداً وَأُوْلَئِكَ هُـمُ الْفَاسِقُونَ (4) إِلاَّ الَّذِينَ تَابُوا مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ وَأَصْلَحُوا فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ (5) "[1] ، فهي تذكير للمؤمنين بحد القذف الذي إنما شـــرع لحماية أعراض الناس ، وحرمة حيـــاتهم الشخصـــية ، وصـــيانة حقوقهم وخصوصياتهم ، وطهارة المجتمع ككل .

(2) الطعن في مصداقية الشائعة موضوع البحث ، إذ لو كان موضـــوع الشائعة صحيحا فما هي أدلة الإثبات ، وإذا انتفت الأدلـــة والشـــهود انتفت صحة الشائعة ، وهي من بديهيات الاستدلال ، بل على العكس فإن كل الأدلة والشواهد تبرئ ساحة عائشـــة وصـــفوان رضـــي الله عنهما ، من حيث كونها أم المؤمنين ، وكونها زوجة النبي الكـــريم صلى الله عليه وسلم ، وكونها ابنة الصديق ، وكون صفوان كما قال عن نفسه : والله ما كشفـــت كنف أنثى قط ، وقد رزقه الله حســـن الخاتمة باستشهاده في سبيل الله في موقعة أرمينية في عهد عمر بـــن

[1] سورة النور ، الآية 4،5

الخطاب في 19هـ ، كما أن القرائن تؤكد كذب الشائعة فلو كان شيء بينهما لما عادت السيدة عائشة بحبة هذا الصحابي الجليل ، كما يطعن في مصداقية هذه الشائعة التاريخ السيئ لمن تولى كبر شائعة الإفك وحقده على الإسلام ورسوله .

(3) التأكيد على أن الشائعات التي تسري بلا دليل هي كذب وليس لها اسم آخر (وإذ لم يأتوا بالشهداء فأولئك عند الله هم الكاذبون)

الآية الرابعة : يقول تعالى : وَلَوْلا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ (14) ، وفي هذه الآية الكريمة من أوجه الإعجاز القرآني فيما يتعلق بموضوع الشائعات ما يلي :

(1) التأكيد على بشاعة الشائعات عموما ، وتلك التي تتعلق بالعرض أو ما يمكن تسميته بالشائعات الجنسية خصوصا ، فما بالك بعرض رسول الله صلى الله عليه وسلم ، الذي أرسل ليتمم مكارم الأخلاق ، وأن العقاب العادل إزاء ذلك هو العذاب العظيم ، ولكن فضل الله ورحمته حالت دون وقوعه في الدنيا ، وهو خاص بمن تولى كبر هذه الشائعة ، إذ لم يقم النبي (ص) على

الأرجح الحد عليه ، لأن الحدود جوابر لأصحابها كفارة لما سبقها من ذنوب والنبي (ص) يقول (فمن أصاب من ذلك شيئا فعوقب به في الدنيا فهو كفارة له ، ومن أصاب من ذلك شيئا ثم ستره الله فأمره إلى الله إن شاء عذبه وإن شاء عفا عنه) [1] وحد النبي (ص) حسان وحمنة ومسطح على ما ذكره المفسرون وأصحاب السير .

(2) الترهيب من الإفاضة في الحديث فيما لايفيد ، لأن من كثر كلامه كثر خطؤه ، وأن من ضمن ما بين لحييه (اللسان) ورجليه (الفرج) ضمن له الجنة ، وأنه ما يكب الناس يوم القيامة في النار على ألسنتهم إلا حصائد ألسنتهم ، وأن مفتاح النجاة أمسك عليك لسانك ، وليسعك بيتك ، وابك على خطيئتك .

الآية الخامسة : يقول تعالى : إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّناً وَهُوَ عِندَ اللَّهِ عَظِيمٌ (15) وفي هذه الآية من أوجه الإعجاز ما يلي :

(1) التحذير من أخطاء اللسان ، وخطورة الحديث عن جهل بالحقائق أو بغير علم فهي آفة عظيمة ، فهي توصل إلى النميمة والكذب والبهتان ، وكلها من الكبائر ، والذين يتحدثون بما ليس لهم به

---

[1] رواه البخاري

علم يضللون الناس بافتراءاتهم ، ويضلون هم عن جادة الصواب .

(2) تنبيه المسلمين على أن لا يستهينوا بأمر الشائعات ، وخاصة شائعة الإفك ، فهي وإن صغرت في نظر البعض إلا أنها أمر عظيم عند الله عز وجل ، وكل هذه التوجيهات هي استثمار إيجابي لشائعة الإفك من خلال توجيه المسلمين نحو الصواب ، وتنبيههم على الأخطاء التي وقع البعض فيها ، حتى لا تتكرر ، واستنباط الدروس والعظات من المحن والخطوب .

الآية السادسة والسابعة والثامنة : يقول تعالى : وَلَوْلا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُم مَّا يَكُونُ لَنَا أَن نَّتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ (16) يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَن تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَداً إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ (17) وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الآيَاتِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (18)، وفيها من مناحي الإعجاز ما يلي :

(1) في الآيات من الخطة القرآنية المحكمة لمحاصرة الشائعات ووأدها دعوة المسلمين أن لا يتكلموا بما يخالف المنطق والقياس ، ويتعارض مع كل المقدمات التي تجزم باستحالة تصديق الشائعة ، والاكتفاء بتسبيح الله تعالى عند سماع الأمور العجيبة التي لا يستسيغها العقل ، وكانت هذه عادة نبينا (ص) حينما يرى شيئا عظيما أو عجيبا ، مثل قوله حينما رأى مناما (سبحان الله ماذا أنزل الليلة من الفتن ، وماذا فتح من الخزائن)

[1] ، وفي نفس الوقت عتاب لمن لم يقل ذلك في مواجهة الشائعة

.

(2) أن المسلم لا ينبغي أن يتكلم بكل ما يسمع ، فليس كل ما يسمع يصدق ، وليس كل ما يسمع يقال ، يتضح ذلك من قوله (ولولا إذ سمعتموه قلتم ما يكون لنا أن نتكلم بهذا)

(3) ضرورة أن يقوم المسلمون ، وخاصة قادة الرأي بتوضيح خطورة الشائعات ، وتوضيح آثارها السلبية على من لاكت سيرتهم الألسنة ، وعلى المجتمع ككل ، وخاصة في أوقات الأزمات والحروب ، حتى لا تؤثر هذه الشائعات على معنويات الجماهير ، أو تنزل الهزيمة النفسية بهم ، ويوضحون للناس أن هذه الشائعات إنما هي بهتان وكذب .

(4) أن أقبح أنواع الشائعات هي تلك التي تنطوي على البهتان وهو أقبح من الكذب ، فالكاذب قد لا يعلم أصل ما يقول ، أما البهتان فهو الكذب المختلق المفترى الذي يعلم مختلقه أنه عكس الحقيقة [2] ، وخاصة التي تطال رموز الدين والمجتمع .

(5) تركيز الآيات القرآنية على الدروس المستفادة من هذه الواقعة بأكثر من التركيز على سرد تفاصيل الأحداث ، ووعظ الله تعالى المؤمنين بأن لا يعودوا لمثله إن كانوا صادقين في إيمانهم ،

---

[1] رواه البخاري

[2] من تفسير الشعراوي لهذه الآية من سورة النور ، تسجيلات صوتية

وإنما عرفت هذه التفاصيل من صحيح السنة النبوية الشريفة حتى يساق الأمر على عمومه فالعبرة بعموم اللفظ لا بخصوص السبب ، فجاءت هذه الآيات وكأنها تشريع للمؤمنين في كل زمان ومكان للقضاء على خطر الشائعات التي تفت في عضد الأمة الإسلامية .

الآية التاسعة والعاشرة : يقول تعالى : إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لاَ تَعْلَمُونَ(19) وَلَوْلا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ وَأَنَّ اللَّهَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ (20) "
وفيها من مناحي الإعجاز :

(1) أن الله تعالى ذيل ذكر واقعة الإفك في كتابه الكريم بالتحذير الشديد من الشائعات الهدامة وخطرها على الفرد والمجتمع ، والوعيد الشديد لمن يقوم بذلك بالعذاب الأليم في الدنيا والآخرة .

(2) أن نهي القرآن الكريم ليس عن إشاعة الفاحشة فحسب ، بل إن حب إشاعتها نفسه مذموم ، فالقرآن الكريم يخاطب خلجات النفس الإنسانية التي تحب التشفي في الآخرين ، أو السرور عند سماع ما يسئ للغير، ويزجرهم عن ذلك ، وسبحان من هذا كلامه .

(3) أن الإسلام لا يرضى من أتباعه أن يتسموا بالسلبية في مواجهة الشائعات الكاذبة ، حتى لا يتطاير شررها ، بل يجب على

المسلم أن يبغض الشائعات الكاذبة ، بل ويعظ ناقليها ومردديها ويبين خطورة تداولها على الفرد ذاته من قـدح فـي تدينـه ، وارتكاب للمعاصي والذنوب ، ومن ثم استحقاق العذاب الأليم في الدنيا والآخرة ،روي من حديث أبي الـدرداء أن رسـول الله صلى الله عليه وسلم قال: " أيما رجل شد عضد امـرىء مـن الناس في خصومة لا علم له بها فهو في سخط الله حتى ينـزع عنها. وأيما رجل قال بشفاعته دون حد من حدود الله أن يقام فقد عاند الله حقاً وأقدم على سخطه وعليه لعنة الله تتابع إلـى يـوم القيامة. وأيما رجل أشاع على رجل مسلم كلمةً وهو منها بريء يرى أن يشينه بها في الدنيا كان حقاً على الله تعالى أن يرميـه بها في النار - ثم تلا مصداقه من كتـاب الله تعـالى - : " إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا " " الآية.

نموذج آخر للشائعات :

وفي الفترة من أغسطس – سبتمبر 2007م انتشرت شائعة مرض ووفـاة الرئيس مبارك في مصر ، وتعاملت وسائل الإعلام بشكل مختلف مع هذه الشائعة ، فبينما جنحت بعض الصحف الخاصة إلأى المبالغة في تغطيـة الشائعة ، واستخدمت مصادر مجهلة – كما ذكر تقرير الممارسة المهنيـة للمجلس الأعلى للصحافة ، وكما ذكر في تقرير المعالجة الصحفية لشائعة

مرض الرئيس الصادر عن المجلس أيضا - ، كما اعتمدت على تحريـف بعض الأخبار وتلوينها .

أما الصحف الحزبية فقد تناول غالبيتهاالشائعة بحرص شديد ، راعت مـن خلالهاالبعد عن أي معالجة تؤكد صدق الشائعة ، وقللت من أهميتها ، فـي حين رفض البعض الآخر الاعتراف بها أصلا .

وبالنسبة للصحف القومية فقد تجاهلت الشائعة في البداية ، ثم بعـد ذلـك قامت بنفيها من خلال تغطية أنشطة الرئيس ، كما قامت بنشـر حـوارات صحفية معه أثناء الأزمة .

وفيما يلي نماذج لما نشرته الصحف المصرية – على اختلاف انتماءاتهـا عن هذه الشائعة .



الرئيس مبارك مريض بقصور فى الدورة الدموية مما يقلل من نسبة وصول الدم إلى أوعية المخ ويسبب إغماءات أحيانا

مستقبل مصر مرهون بقرارات عاطفية يتخذها الرئيس فى لحظة مرض

هل ارتدى جمال مبارك لأول مرة القميص الواقى للرصاص فى لقائه بطلبة الجامعات فى الإسكندرية؟



الدستور

الأمة مصدر السلطات

رئيس مجلس الإدارة
عصام إسماعيل فهمى

رئيس التحرير
إبراهيم عيسى

زيارة مبارك إلى برج العرب فشلت فى القضاء على شائعة مرضه

استمراراً للمحاولات اليومية من جانب قصر الرئاسة لنفى شائعات مرض الرئيس مبارك، أطل الرئيس على مواطنيه صباح أمس من برج العرب، فى زيارة تفقدية للمشروعات الموجودة بالمنطقة بعد أن ارتفعت موجة شائعات تدهور صحته فى اليومين الماضيين. الزيارة التى جاء ترتيبها ثانياً بعد زيارة القرية الذكية فى سلسلة زيارات يحاول الرئيس القيام بها من أجل القضاء على شائعات مرضه.

تأتى هذه الزيارة إلى المصنع الذى زاره الرئيس من قبل كما أنه يبعد كيلو مترات عن مقر إقامة الصيفى فى برج العرب، لكن الحوارات التى جمعته مع عاملات المصنع لم تهدئ من حجم الشائعات المتزايدة عن تدهور صحة الرئيس.. فى الوقت الذى تصر فيه الدولة على عدم إصدار بيان رسمى واضح عن صحة الرئيس ويكشف عن الحالة الصحية للرئيس مبارك للرأى العام المصرى شأن الدول المحترمة التى لا تجعل من الحالة الصحية لرئيسها سراً حربياً يستدعى التأويلات والتوقعات.

الجدير بالذكر أن هذه الزيارة الثانية خلال أيام التى يقوم بها الرئيس لنفى شائعة المرض ورغم ذلك الشائعة تنطلق بين المرض والغياب بتفاصيل مختلفة فى مناطق كثيرة على طول وعرض البلاد.

فهمى هويدى يكتب: المواطن المصرى بلا ثمن 16

91



لهذه الأسباب ابتعدنا عن قضية شائعات صحة الرئيس

وائل الإبراشي يكتب:

سألني الكثيرون: لماذا لم تهتموا بشائعة وفاة الرئيس أو الشائعات التي كانت عن صحته تتدهور وأنه في حالة خطيرة. وكانت إجابتي.. أنه كانت لدينا معلومات مؤكدة أنها مجرد شائعات وأن صحة الرئيس لم يطرأ عليها أي تدهور.. والأمر الثاني هو أننا نرفض (نحن الذين نعارض النظام ونطالب برحيله) أن تتحول صحة الرئيس أو شائعات وفاته إلى ورقة سياسية نشهرها في وجه النظام لأنها ورقة يمكن أن تحرق مصالح الوطن والناس فضلاً عن أنها تحمل معاني الشماتة.. هذه الورقة صالحة للاستخدام فقط حينما يكون لدينا معلومات مؤكدة عن صحة الرئيس لأن الأمر هنا يتعلق بمصير البلد وكل دول العالم تناقش صحة رؤسائها شريطة أن تنطلق المناقشة من دائرة المعلومات وليس دائرة الشائعات.. وهذا لا يعني أنني أزايد على موقف زملائي الذين فجروا قضية الشائعات المتعلقة بصحة الرئيس فقد تكون لديهم معلومات مختلفة عن المعلومات التي أتحدث انطلاقاً منها الآن.. فضلاً عن أن الشائعات كانت قد انتشرت في كل أرجاء مصر لدرجة أنني لا أقابل أحداً إلا ويسألني: هل الرئيس مريض وفي حالة خطيرة؟ هل توفي وهل يتعمد النظام الإخفاء لترتيب الأمور؟ وكنت أقول لهم: نحن في عصر يحكمه الإعلام ولم يعد ممكناً إخفاء مرض أي رئيس أو وفاته كما كان يحدث في السابق.. الأوضاع تغيرت والإعلام الآن أقوى من السلطة والإخفاء قد ينجح لمدة ساعتين أو ثلاث على الأكثر ولكنه لا يمكن أن يستمر أكثر من ذلك.

وهنا يمكن أن تكون القضية مدخلاً للتأكيد على أن النظام فشل في كل شيء فشل في حل كل الأزمات بل وفشل حتى في إدارتها بما في ذلك الأزمات المتعلقة بمثل أزمة شائعات وفاة الرئيس أو تدهور صحته.. لا توجد دولة مؤسسات تتعامل مع هذه الأمور.. نحن أمام نظام عشوائي يشهد صراعاً على المصالح والبقاء.. لا يوجد وزير أو مسئول يجرؤ من تلقاء نفسه على أن يتعامل مع أزمة تتعلق بصحة الرئيس أو يجتهد فيها.. كل شيء متروك للرئيس.. الجميع يخشى من كرسيه وعلى كرسيه.. يخشى أن يطير المنصب.. المعلومات هي الحل.. المصارحة هي طوق الإنقاذ.. إذا خرجت شائعة عن تدهور صحة الرئيس أو وفاته فإن الدبوس الوحيد الذي يمكن أن يحول بالونة الشائعات المنتفخة إلى لاشيء هو دبوس المصارحة وإعلان الحقائق للناس بحجية وليس بشكل تمثيلي وتجميلي.. أزمة صحة الرئيس أكدت ما أكدناه من قبل أن النظام مريض مرضاً مستعصياً ولا أمل في شفائه ولا حل إلا بتغييره وإقامة دولة المؤسسات استناداً إلى الديمقراطية الحقيقية التي تقوم على مبدأ تداول السلطة.. في دولة المؤسسات لا توجد شائعات.. توجد معلومات.. في دولة المؤسسات لا يمكن أن تنطلق شائعات عن صحة الرئيس.. في دولة المؤسسات لا يخشى الناس المرض المفاجئ للرئيس لأن الرئيس القادم سيحل محله آلياً ودستورياً.. هذا هو الحل الوحيد ليسترد الشعب عافيته وتشفى مصر من أمراضها







أسرار شائعة اختفاء مبارك

هبوط طائرة الرئيس فى مطار ألماظة بجوار مستشفى مصر للطيران ثم إقلاعها بعد ساعات سبب شائعة العلاج فى ألمانيا

اختفاء طبيبه الخاص بالعلاج الطبيعى فى اجازة سر شائعة الرحيل

علامات غياب الرئيس: إعلان الطوارئ فى الجيش.. سيطرة الشرطة العسكرية على مداخل القاهرة ومخارجها.. تشديد الحراسة على ماسبيرو.. إغلاق تليفونات الوزراء

رئيس مجلس الإدارة
محمود أحمد أباظة
نائب رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير
أنور الهوارى
مستشار التحرير
عبدالنبى عبدالبارى
مديرا التحرير
مجدى سرحان   سيد عبدالعاطى

الوفد
الحق فوق القوة والامة فوق الحكومة

أسسها
فؤاد سراج الدين
فى عام ١٩٨٤ برئاسة تحرير
مصطفى شردى
العدد الاسبوعى
١٦ صفحة
جنيه واحد

شائعة ضعيفة ودولة أضعف

بقلم:
أنور الهوارى

● أمر مؤسف جداً. نهاية «حزينة» جداً. دراما سياسية وتاريخية مليئة بكل عناصر التشويق والغموض والإثارة. شائعة واحدة. لعبت - أياماً وليالي متواصلة - بدولة كاملة بكل أجهزتها وتشكيلاتها الظاهرة والخفية. شائعة، وحيدة، صغيرة، هزيلة، ليس لها عنوان. ليس لها مقر إقامة. لا يلمسها أحد. لا يراها أحد. لا يقدر عليها أحد. لا يصدها أحد. لا يقف في طريقها أحد.

هذه هي نهاية للمشهد السياسي: شائعة ضعيفة ودولة أضعف. الشائعة تجري في الشوارع والدولة تجري خلفها، تلهث وراءها، تحاول اللحاق بها. الشائعة تنتقل من مدينة إلي مدينة. وتطير من بيت إلي بيت. وتخرج من فم إلي فم. وتجري من لسان إلي لسان. وترن من موبايل إلي موبايل. وتسافر من إيميل إلي إيميل.. كل ذلك. والدولة - بجلال قدرها - تجري خلفها. وأطفال البلد وسابلتها يتفرجون علي سباق الدولة والشائعة. بصورة أفقدت الدولة هيبتها ووقارها. وبصورة أضحكت منها القريب وأشمتت فيها البعيد. وأوجعت قلوب من يخافون علي هذا الوطن.

● الأمر يتجاوز الشائعة ومن تورط فيها من بعض أركان الدولة. كما تتجاوز من تورط فيها من بعض الصحف. مثلما تتجاوز أيضا ذلك الحديث المكرر عن ضعف الاعلام القومي عن مكافحة مثل هذه الشائعات.

إن حديث «الدولة والشائعة» ليس إلا واحداً من علامات الساعة. ومؤشرات النهاية. ونحن لسنا في ذلك استثناء من التاريخ. فكل النظم السياسية تؤول إلي نهاية محتومة. خاصة تلك النظم التي تقوم علي أفراد أكثر مما تقوم علي مؤسسات. وتقوم علي توجيهات أكثر مما تقوم علي القوانين. وتقوم علي إرادة الأقلية ومصالحها الذاتية وليس علي إرادة الأغلبية ومصالحها المشروعة.

● نحن أمام نظام حكم يرفض الحقائق فأحاطت به الشائعات. نظام حكم يكره الحقيقة فحكم عليه التاريخ أن يجري خلف شائعة. نظام حكم أهان الحقيقة فأذلته شائعة. نظام حكم داس الحقائق تحت قدميه فوضعته الشائعات تحت أقدامها وجعلت منه كرة تتقاذفها وتلهو بها في الشوارع والحواري.

نحن أمام نظام حكم لم يسمع للشعب. وغيب الشعب. فانفرد به من لا يرحمونه من غلمان السياسة وهواتها. وأصحاب المصالح والأهواء.

● تعالوا نتفق علي كلمة سواء. تعالوا ننطلق من الحقائق بدلاً من الجري وراء الشائعات. لا يختلف اثنان علي أن صحة الوطن في خطر:

- مؤسساتنا السياسية: تأكلها فيروسات الصراع السياسي والمصالح الشخصية.

- مرافقنا القومية: فقدت كل بقايا المناعة أمام الفساد الذي يستشري فيها. والتقادم والاهمال وعدم الصيانة وإهمال التجديد.

- تماسكنا الإجتماعي: يتهدده خطر الانقسام. وينخر فيه سوس الفوضي. ويغزوه ميكروب التفتت الذي ينال من ثوابت وحدتنا الوطنية وهويتنا القومية.

- ثقافتنا القومية: أصابها فقر الدم فهي شاحبة سقيمة. تتغذي علي فضلات الفكر. ولا تقوي علي هضم واستيعاب ما يموج به العالم من فكر حديث. ولاهي قادرة علي تمثل ما في تراثنا من إبداع.

- الروح العامة: تفتقد إلي الهمة. ويعصف بها الإحباط. وتلتف حولها حبائل التشاؤم. لتبقي أسيرة العجز اليائس أو السخط البائس.

● صحة الوطن في خطر. هذه هي أم الحقائق. فلماذا نتعامي عنها. ونجري وراء أم الشائعات!

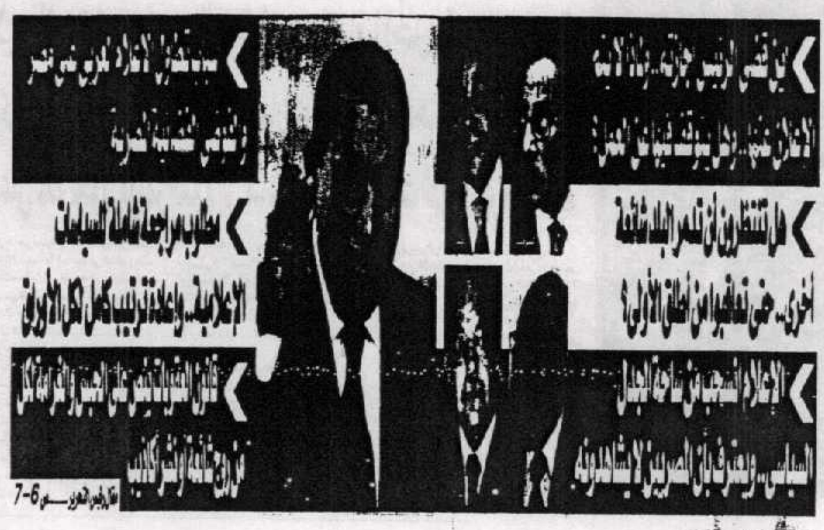


روزاليوسف

رئيس مجلس الإدارة كرم جبر

رئيس التحرير عبدالله كمال

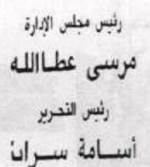
شائعة «صحة» الرئيس بين فشل الإعلام.. وغفلة القانون



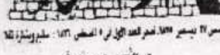
مقال رئيس التحرير ص 6-7



رئيس مجلس الإدارة
مرسى عطا الله
رئيس التحرير
أسامة سرايا








٦٦ صفحة
١٢٥ قرشا



١٨ من شعبان ١٤٢٨ هـ - ٣١ أغسطس (آب) ٢٠٠٧ - ٢٥ مسرى ١٧٢٣

السنة ١٣٢ - العدد ٤٤٠٩٧

Al-Ahram Friday 31 Aug. 2007

عدد الجمعه

مبارك: اهتمامي الأكبر هو توفير حياة كريمة لكل المصريين

تحركاتي السياسية المقبلة تهدف للتوصل إلى أجندة محددة لإنجاح مؤتمر السلام

الرئيس مبارك فى تصريحات خاصة لـ: أسامة سرايا

لا تهمني الشائعات وأعرف مصدرها وأغراضها وأطالب الجميع بعدم الالتفات إليها

إصلاح الأحزاب يؤدي إلى تطوير حياتنا الحزبية والسياسية

التحدى أمام الشباب يتمثل فى اكتساب مهارات جديدة لتلبية احتياجات سوق العمل

نعمل على عدم تحول مؤتمر السلام إلى مناسبة لتجميل سياسات الدول الكبرى بالمنطقة



الرئيس مبارك

أكد الرئيس حسني مبارك أن مصر قادرة على التكيف مع التطورات الاقتصادية الجديدة في العالم وجذب الاستثمارات الأجنبية من أجل توفير فرص عمل للشباب.

وقال الرئيس - في تصريحات خاصة لـ «أسامة سرايا» رئيس تحرير الأهرام - إنه مطمئن للوضع الاقتصادي الجيد الذي تمر به مصر، وأكد أن التحدي الرئيسي أمام الشباب المصري هو اكتساب مهارات وتقنيات العمل الجديدة والمتطورة، حتى يكون قادرا على تلبية احتياجات السوق وبشكل خاص الشركات الكبرى التي تسعى للعمل في مصر، وأوضح الرئيس أن فرص العمل ستتوافر، كما أن الأسلوب الذي يسير عليه اقتصادنا حاليا سيؤدي إلى ارتفاع مستوى المعيشة.

وقال إن شغله الشاغل هو توفير الحياة الكريمة لأبناء مصر والتركيز على حل مشاكل المواطنين، وأشار إلى أنه يوجه الحكومة دائما للاهتمام بمحدودي الدخل وبموظفي الدولة.

وعن متابعته للشأن الداخلي، قال الرئيس إن شهر أغسطس تردد فيه الشائعات وهناك من يعملون وهناك من يتكلمون، وأشار الرئيس إلى أنه لا تهمه الشائعات ولكنه يعرف مصدرها وأغراضها وطالب الرئيس الجميع بعدم الاهتمام بمثل هذه الشائعات. وقال إن مصر تطورت وأصبحت معركة لطبيعة المناخ السياسي المفتوح وأكد أن هذه الأساليب أصبحت لا تجدي ولا تؤثر في عمله أو في عمل الحكومة وإن مصر أكبر من أن تنال منها مثل هذه الشائعات.

وعن انتخابات الحزب الوطني الداخلية قال الرئيس إنها شهدت منافسات حية وصحية وإنها أسلوب سياسي فعال لتطوير الأحزاب وتقويمها، وأشار إلى أنها جرت في الصيف رغم أن الآخرين في إجازة.

وطالب الرئيس الأحزاب الأخرى بحل صراعاتها ومشكلاتها عن طريق الإصلاح والتطوير وتعزيز الثقة والاحتكام إلى الانتخابات.

وأكد أن العملية السياسية في حاجة إلى أصحاب الرؤى والأفكار الجديدة وليس إلى الناقدين فقط وأشار إلى أن إصلاح الأحزاب يؤدي إلى تطوير حياتنا الحزبية والسياسية في مصر.

وعن التحرك السياسي القادم خارجيا قال الرئيس مبارك: إنه يهدف إلى تنسيق المواقف العربية والأوروبية لإنجاح المؤتمر المقرر عقده بدعوة أمريكية في الخريف القادم حول السلام في الشرق الأوسط.

وقال الرئيس إن التوصل إلى أجندة محددة للمؤتمر هو السبيل لإنجاحه حتى لا يتحول إلى عملية تجميل لسياسات الدول الكبرى في الشرق الأوسط.

وأشار إلى أن السعي في هذا الاتجاه هو عملية سياسية ودبلوماسية ضرورية ينبغي أن تضطلع بها مصر.

وفي هذا الصدد قال الرئيس إنه سيلتقي بالعاهل الأردني الملك عبدالله بن الحسين في القاهرة الأسبوع القادم وكذلك برئيس الوزراء البريطاني السابق توني بلير، مبعوث اللجنة الرباعية الدولية، ويلتقي رئيس الوزراء الإيطالي ووزير الخارجية ماسيمو داليما في القاهرة.

[تصريحات الرئيس ص ٣]

يقول الكويتى الحاقد:
"الكتاب الصحفيون المصريون شنوا هجوماً حاداً ضد الكويت
وكأنهم اكتشفوا فجأة أن للمواطن المصرى كرامة!!"



محمد حسن الألفى

إما أن تعملوا بالمهنة.. كما هى.. احترام وموضوعية ومصالح وطن.. أو تروحوا فى ستين مصحة عقلية!

1

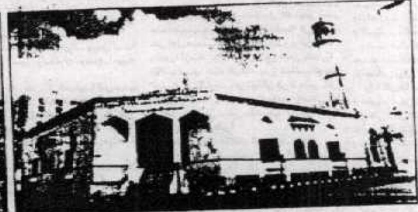
2

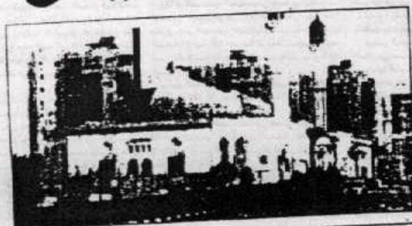
من يحلب هذا الوقح!! قلم كويتى فج يعاير نا، ثمن القتيل المصرى فى حادث لا يساوى ثمن غسالة كورية!



أول صورة لقبر مبارك قبل وفاته

هنا سوف يرقد السيد الرئيس





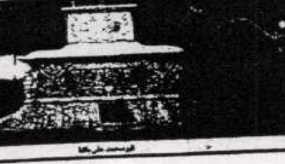


بحثنا عن صورة لقبر الرئيس محمد نجيب فلم نجدها .. ظلموه حياً وميتاً

صور قبور حكام مصر







الفصل الرابع

وسائل الإقناع



الإقناع هو تأثير سليم ومقبول على القناعات لتغييرها كلياً أو جزئياً من خلال عرض الحقائق بأدلة مقبولة وواضحة.

وهو عملية تحويـــل أو تطويـــع آراء الآخـــرين نحـــو رأي مســـتهدف . يقوم المرسل أو المتحدث بمهمة الإقناع أما المستهدف أو المســـتقبل فهـــو القائم بعملية الاقتناع .

و تحتاج عملية الاقتناع ليس إلى مهارة القائم بالحديث و المسئول عن الإقناع فقط و لكن أيضا إلى وجود بعض الاستعداد لـــدى المســـتهدف، أو مساعدته على خلق هذا الاستعداد لدية

.

ثانيا: العوامل المؤثرة علي عملية الاقتناع :

التعرض الاختياري للإقناع .
تأثير الجماعة التي ينتمي إليها الفرد .
تأثير قيادات الرأي .

-1التعرض الاختياري للإقناع.

تتطلب عملية الإقناع أن يكون تعرض الفرد للرسالة اختياريا دون ممارسة ضغوط عليه.

إن ممارسة الضغوط بهدف الإقناع تؤدي إلى استثارة عوامل الرفض الداخلي لمضـــمون الرســـالة، ممـــا يصـــعب مهمـــة القـــائم بالإقنـــاع .

ولهذا يجب علي للقائم بالإقناع أن يركز علي مساعدته علي التهيئة الذاتية للاقتناع.

2- تأثير الجماعة التي ينتمي إليها الفرد

تقوم الجماعة الأساسية التى ينتمي إليها المستهدفون أو حتى التـــى أو يرغبون فى الانضمام إليها بدور قوى فى التأثير على عملية الإقناع لديهم . يمكن للقائم بالإقناع استخدام هذا الدور في التأثير علي المتلقي عن طريـــق ضرب الأمثلة الملاءمة، واستغلال اقتناع أحد أفراد الجماعة فـــي توجيـــه رأي الفئة المستهدفة بالرسالة .

3- تأثير قيادات الرأي

قيادات الرأي هم الأفراد ذوو التأثير الذين يساعدون الآخرين ويقدمون لهم النصيحة. و يتأثر بهم الأفراد أحيانا اكثر من تأثرهم بوسائل الاتصال أو الإعلام .

يعمل قادة الرأي دورا هاما في تغيير اتجاهات الأفـــراد، ويمكـــن للقـــائم بالإقناع أيضـــا اســـتخدام هـــذا الـــدور فـــي التـــأثير علـــي المتلقـــي .

ثالثا : الاستراتيجيات المختلفة للإقناع

الاعتماد على العاطفة أو المنطق فى الاستمالة

. الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة .
البدء بالاحتياجات و الاتجاهات الموجودة لدي المتلقي .
عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع
ربط المضمون بالمصدر أو المرجع
.درجة الوضوح و الغموض فى الرسالة .
الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة .
التأثير المتراكم و التكرار .

1-الاعتماد على العاطفة أو المنطق فى الاستمالة

واقع الأمر يظهر أنة ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نؤكد أنة يمكن الاعتماد عليها فى هذا المجال .
إلا أن درجة تأثير الاستمالة العاطفية تزيد عند إقناع المستهدفين بالرسالة منطقيا حيث تعتمد فى هذه الحالة على استمالة دوافع الفرد إلى حد ما . و ليس أمامنا من الطريق لتحديد مدى استخدام الاستمالات العاطفية أو المنطقية إلا بدراسة الاختلافات الفردية للمستهدفين و عندما تكون هناك خبرة سابقة بين المرسل و المستهدفين فان ذلك سوف يساعد على إمكانية التعرف على كل فرد على حدة أو كل مجموعة صغيرة و الأسلوب المناسب للاستخدام معها .

-2الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة

تؤكد التجارب أن نسبة كبيرة من المجموعات التى تتعرض لدرجة معتدلة من التخويف تتأثر بالنصائح التى تستمع إليها و تقل هذه النسبة كلما زادت درجة التخويف

فالرسالة التى تعمل على إثارة الخوف يقل تأثيرها كلما زادت درجة أو قدر التخوف فيها . و يرجع السبب فى ذلك إلى أن المستهدفين بالرسالة ترتفع درجة توترهم نتيجة للتخويف الشديد و يؤدى ذلك إلى التقليل من شان التهديد أ و أهميته أو قد يؤدى إلى الابتعاد عن الرسالة بدلا من التعلم منها أو التفكير فى مضمونها

3-البدء بالاحتياجات و الاتجاهات الموجودة لدي المتلقي

المتحدث الذي يخاطب المستهدفين باحتياجاتهم و يساعدهم فى تحديد الأساليب التى تحققها تكون لدية فرصة اكبر فى إقناعهم بدلا من ان يعمل على خلق احتياجات جديدة لهم . ويكون الحديث أو الرسالة اكثر فاعلية فى إقناع المستهدفين عندما يبدو لهم أنة وسيلة لتحقيق هدف كان لدية بالفعل . فاقناع أي فرد للقيام بعمل معين يجب ان ينطلق من إحساس الفرد بان هذا العمل وسيلة لتحقيق هدف كان لدية من قبل أو بدا التفكير فيه من قبل على الأقل .

-4عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع

يؤدي عرض الجانب و المؤيد لرأى المستهدفين إلى تدعيم رأيهم و التفاعل مع المتحدث العادي. لأن الرسالة التى تعرض جانبا واحد من الموضـــوع تكون قادرة على إقناع الأفراد و دفعهم إلى تبنى وجهة النظر المعروضـــة عنـــدما تـــم التأكيـــد عليهـــا مـــن جانـــب المســـتهدفين .

وقد أثبتت التجارب بشكل عام فاعلية تقديم الرأي المؤيد و المعارض معـــا بالنسبة للفرد الخبير .فعندما يقوم المتحدث بعرض وجهتي النظـــر بحيـــاد يمكن ان يكون التأثير و الإقناع أتقوى و يصبح لدى المستقبل لوجهة النظر درجة أعلى من المناعة من وجهات النظر المضادة بعد ذلك .

5- ربط المضمون بالمصدر أو المرجع

يقوم المرسل أو المتحدث فى بعض الأحيان بنســـب المعلومـــات أو الآراء التـــــى يقولهـــــا لمصــــــادر معينـــــة أو مراجـــــع .

و يلاحظ ان المستهدفين بعد فترة من الزمن سوف يتذكرون المضمون دون ان يتذكروا المصدر و ذلك باستثناء المصادر الدينية المختلفة مثل الكتـــب السماوية أو الأحاديث الدينية .

و المصادر التى يعتبرها المستهدفون ثابتة و صادقة تســـهل مـــن عمليـــة الإقناع فى حين ان المصادر الأخرى سوف تؤدى إلى نظرة سلبية قد تشكل مانعا أمامهم للإقناع .

-6درجة الوضوح و الغموض فى الرسالة

تمثل درجة الوضوح فى الرسالة أهمية كبيرة فى إقناع المستهدفين فكلما كانت الرسالة واضحة و لا تحتاج لجهد فى تفسيرها و استخلاص النتائج أصبحت اكثر إقناعا

إلا أن الوضوح فى الهدف من الرسالة المعروضة قد يعطى الفرصة لاتجاهات المستقبلين ان تنشط فى مقاومة تلك الرسالة، فى حين ان الهدف الضمني يترك للمستهدف الفرصة لكي يعمل ذهنه و يستنتج الهدف بغير أن يشعر بالتوجيه نحو الهدف .

-7الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة

إذا قدم المتحدث فى رسالته حججا متناقضة فالحجج القوية اكثر تأثير على المستمعين ولذلك يفضل البدء بالحجج القوية ثم المساعدة ثم الأقل تأثير .
وإثارة الاحتياجات أولا ثم تقديم الرسالة التى تشبع تلك الاحتياجات تكون اكثر تأثيرا من تقديم المحتوى المقنع أولا، و على المتحدث بعد ذلك ان يقدم الحجج المؤيدة أولا حيث ان ذلك سيقوى موقفة و يستعد لرفض الحجج المعارضة التى سوف تاتى بعد الإقناع بالحجج المؤيدة

.

-8التأثير المتراكم و التكرار

التكرار من العوامل التى تساعد على الإقناع و يمكن ان يؤدي تكرار الرأى أو الرسالة إلى تعديل الاتجاهات العامة نحو أي قضية أو موضوع .

إلا ان التكرار فى بعض الأحيان قد يسبب الضيق و الملل و يتطلب ذلـــك ان يكون التكرار مع التنويع

.وقد اتضح ان الأفراد المستهدفين الذين عرض عليهم اكثر من ســـبب أو مبرر واحد اكثر استعداد للإقناع من الذين عرض عليهم مبـــرر واحـــد أو سبب واحد

كذلك فان الإقناع الناتج من التعرض المتراكم للرأي أو الموضوع اكبر من التعرض مرة واحدة .

كي توصل فكرتك بنقاش مثمر بناء

ابدأ حديثك بالثناء علي الطرف الآخر وإظهار ثقتك في قدراته

. ابدأ بنقاط الاتفاق وابتعد عن نطاق الخلاف

. قدر أفكار محدثك , وأظهر احتراما لها, ولا تقل له أنه مخطئ .

لا تجادل .

إذا أخطأت فسلم بخطئك .

لا تغضب وكن لينا في حديثك.

دع الطرف الآخر يتولي دفة الحديث

.دع الطرف الآخر يحس أن الفكرة فكرته

. حبب العمل الذي تقترحه إلي صاحبك

. لا تصدر أوامر بل قدم اقتراحات مهذبة
امتدح أقل الإجادة والفت الانتباه إلي الأخطاء من طرف خفي .
لا تكثر النقاش حتى لا يمل صاحبك
أحذر آفات اللسان
.خاطب الناس علي قدر عقولهم
.استعن بإخوانك الأكثر خبرة عند الحاجة .

وسائل الإقناع والتأثير في الدعوة الإسلامية

تختلف وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني للمسلمين بمقدار إيمانهم والتزامهم بدينهم، فما يؤثر في المسلم الطائع لربه قد لا يؤثر في المسلم العاصي، لأنهما ليسا متقاربين في مقدار الإيمان، مع ملاحظة أن القسمين يشتركان في الكثير من الوسائل التي تؤثر فيهما، وأنّ ما يحتاجونه – غالباً – هي الوسائل المؤثرة دون المقنعة، لأنّ مصدر التلقي لا شبهة فيه عندهما وهو القرآن والسنة، وإنما الإشكال في توافق العمل مع الإيمان، مع مراعاة أنّ بعض المسلمين قد تبدو له شبهات في جزئيات من الشريعة فيحتاج حينئذ إلى من يجلو عنها الغبار ببعض وسائل الإقناع.

الوسيلة الأولى: الدعوة بالقدوة:

المقصود من الدعوة بالقدوة أولاً: التزام الداعية بما يدعو إليه.

ثانياً: أخلاق الداعية التي يتحلى بها في حياته مع نفسه وأهله وأرحامه وجيرانه وسائر المسلمين.

وهذه الوسيلة هي أهم وسائل الإقناع والتـأثير فـي المـدعوين مـن المسلمين الطائعين والعاصين، لأن التزام الداعية بدعوته وتمسكه بأخلاقـه أبلغ من بيانه وأسنان أقلامه، فيه القدوة للطائعين، فيزدادون بالتزامه تقرباً إلى الله تعالى، وبأخلاقه يبرأ العليل من المعاصي والآثام [1]

ومن أخطر نتائج مخالفة أفعال وأخلاق الداعيـة لمـا يـدعو لـه أنّ المدعوين عادة ما يُحملون هذه المخالفات للدعوة التي يحملها، وقد جاء عَنْ زِيَادِ بْنِ حُدَيْرٍ قَالَ: قَالَ لِي عُمَرُ: هَلْ تَعْرِفُ مَا يَهْدِمُ الْإِسْلَامَ؟ قَالَ قُلْتُ: لَا. قَالَ يَهْدِمُهُ زَلَّةُ الْعَالِمِ وَجِدَالُ الْمُنَافِقِ بِالْكِتَابِ وَحُكْمُ الْأَئِمَّةِ الْمُضِلِّينَ. وقـد قال سبحانه منكراً على هذا الصنف من الناس ﴿يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آَمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لاَ تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّـهِ أَنْ تَقُولُـوا مَـا لاَ تَفْعَلُـونَ﴾ سـورة الصف:2-3

الوسيلة الثانية: الدعوة بالقول:

---

[1] د. عدنان محمود الكحلوت ، وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني في القرآن الكريم والسنة النبوية .

وهي أصل الدعوة إلى الله تعالى وتشمل هذه الوسيلة: الخطب والدروس والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والحوار والإذاعة والتلفزيون والشريط المسجل. ونحن لن نستطيع أن نتحدث في هذا البحث عن كل هذه الوسائل.. بل سنكتفي بشرح بعضها، مع ذكر أهم الضوابط العامة للدعوة القولية التي تحكمها جميعاً:

1. أن يكون القول واضحاً بيناً لا غموض فيه ولا إبهام لأن الغرض منه إيصال المعاني المطلوبة للسامع.

2. أن يحرص الداعية على انتقاء ألفاظه التي يفهم منها حق وباطل مثل خطاب الله للمؤمنين ﴿يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لاَ تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا﴾ سورة البقرة: 104.

3. أن يتأنى الداعي في الكلام فلا يسرع بل يتمهل ليفهم السامع.

4. أن يبتعد الداعي عن التفاصح والتعاظم والتكلف في حديثه، بل عليه أن يتلطف بالقول لهم لينزع من قلوب المدعوين الشر ويأخذ بأيديهم إلى الخير والحق ويهديهم إلى الرشاد والهداية. مع ضرورة الإشارة أنّ تلطف الداعية لا يعني النفاق أو المداهنة في الحق.

5. أن يكون الداعي متواضعاً شفيقاً فلا يستعلي على المدعوين أو يحتقرهم أو يتحدانم بإظهار فضله عليهم.

6. أن يستثير الداعي في نفوس المدعوين الهمم وينمي فيهم الخصال النبيلة التي فيهم كالشرف مثلاً والنخوة والحلم والأناة وطيب الأعراق، وحسن الجوار...الخ.

الوسيلة الثالثة: الدعوة بالكتابة:

وتشمل هذه الوسيلة كافة وسائل الكتابة من الكتاب والمجلة والمقال والبحث والنشرة والمطوية وشبكة المعلومات "الانترنت" وقد دعا النبي صلى الله عليه وسلم بواسطة الرسائل الملوك والأمراء وغيرهم.

النوع الثاني: الخطاب الديني لغير المسلمين

يتوجه الإسلام بخطابه الديني إلى جميع الناس سواء كانوا أهل كتاب أو مشركين أو منكرين وغيرهم، هادفاً للآتي:

1. دعوة الناس إلى عبادة الله وتوحيده وتنزيهه عن الشركاء والأنداد مثاله قوله تعالى: ﴿يَاأَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمْ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ*الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الأَرْضَ فِرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنْ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنْ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلاَ تَجْعَلُوا لِلَّهِ أَندَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ سورة البقرة21-22

2. تحذير الناس من البغي والشرك بالله مثاله قوله تعالى: ﴿يَاأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّمَا بَغْيُكُمْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ مَتَاعَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ثُمَّ إِلَيْنَا مَرْجِعُكُمْ فَنُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾ سورة يونس: 23

3. دعوة الناس إلى تقوى الله وتخويفهم من أهوال يوم القيامة قال تعالى: ﴿يَاأَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمْ إِنَّ زَلْزَلَةَ السَّاعَةِ شَيْءٌ عَظِيمٌ﴾ سورة الحج: 1

4. البرهنة للناس أن البعث آت لا ريب فيه ﴿يَاأَيُّهَا النَّاسُ إِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِنْ الْبَعْثِ فَإِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ مِنْ نُطْفَةٍ ثُمَّ مِنْ عَلَقَةٍ ثُمَّ مِنْ مُضْغَةٍ مُخَلَّقَةٍ وَغَيْرِ مُخَلَّقَةٍ لِنُبَيِّنَ لَكُمْ وَنُقِرُّ فِي الأَرْحَامِ مَا نَشَاءُ إِلَى أَجَلٍ مُسَمًّى ثُمَّ نُخْرِجُكُمْ طِفْلاً ثُمَّ لِتَبْلُغُوا أَشُدَّكُمْ وَمِنْكُمْ مَنْ يُتَوَفَّى وَمِنْكُمْ مَنْ يُرَدُّ إِلَى أَرْذَلِ الْعُمُرِ لِكَيْلاَ يَعْلَمَ مِنْ بَعْدِ عِلْمٍ شَيْئًا وَتَرَى الأَرْضَ هَامِدَةً فَإِذَا أَنزَلْنَا عَلَيْهَا الْمَاءَ اهْتَزَّتْ وَرَبَتْ وَأَنْبَتَتْ مِنْ كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ﴾ الحج:5

وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني لغير المسلمين

الإسلام دين عالمي أنزله الله تعالى للناس كافة، لهذا أُمر المسلمون أن يبلغوا به كل من استطاعوا أن يبلغوه بكافة الوسائل المشروعة عبر الحوار والمجادلة أو الكتاب والمجلة والمقالة أو وسائل الإعلام المختلفة من إذاعة وتلفزيون وصحافة وشبكة معلومات "انترنت" وهاتف وشريط تسجيل أو فيديو...الخ وسواء كانوا أهل الكتاب أو مشركين أو ملحدين. فقال تعالى

آمراً نبيه عليه الصلاة والسلام: ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ﴾ المائدة67، وأمر عباده المؤمنين فقال: ﴿وَإِنْ أَحَدٌ مِّنَ الْمُشْرِكِينَ اسْتَجَارَكَ فَأَجِرْهُ حَتَّى يَسْمَعَ كَلاَمَ اللّهِ ثُمَّ أَبْلِغْهُ مَأْمَنَهُ﴾ التوبة6. كما ذكر سبحانه صفات المجتمع المسلم فقال: ﴿كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللّهِ﴾ آل عمران110. ومنْ أهم وسائل الإقناع والتأثير في خطاب غير المسلمين:

الوسيلة الأولى: الدعوة بالخلق الحسن:

أكثر الشعوب التي فتح بلادَها المسلمون تحولت إلى الإسلام طواعية، دون تسجيل حالة إكراه واحدة على الدخول فيه، بل إن هذه الأمم التي دخلت هذا الدين رأيناها تسابق أهله الذين حملوه إليهم في ميادين العلم والفضل، إذ تركوا لغاتهم التي كانوا عليها وتعلموا اللغة العربية – لغة القرآن – ثم تعلموا العلوم وعلموها الناس فكان منهم اللغوي والمحدث والفقيه والمفسر والطبيب .. فكانوا في الخير والعلم قادة. وما كان ذلك كله إلا بفضل أخلاق هؤلاء الفاتحين الجدد وما تحلوا به من صفات العدل والفضيلة والأمانة والوفاء والصدق والعفاف والاجتهاد ....الخ. وهم في ذلك متأسون برسول الله صلى الله عليه وسلم ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ الأحزاب: 21. وهو صاحب الخلق القويم؛ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ سَلَامٍ قَالَ: "لَمَّا قَدِمَ رَسُولُ

اللَّه صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ انْجَفَلَ النَّاسُ إِلَيْهِ ... فَجِئْتُ فِي النَّاسِ لِأَنْظُرَ إِلَيْهِ فَلَمَّا اسْتَثْبَتُّ وَجْهَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَرَفْتُ أَنَّ وَجْهَهُ لَيْسَ بِوَجْهِ كَذَّابٍ"(وقد أسر المسلمون عدواً لدوداً، له معهم ثارات وبغض شديد كان زعيماً لبني حنيفة يُقَالُ لَهُ: ثُمَامَةُ بْنُ أُثَالٍ فَرَبَطُوهُ بِسَارِيَةٍ مِنْ سَوَارِي الْمَسْجِدِ يومين أو ثلاثة وإذا بصاحب الأخلاق العظيمة يقول: "أَطْلِقُوا ثُمَامَةَ" وفي رواية: قال له: "قد عفوت عنك يا ثمامة وأعتقتك" فَانْطَلَقَ ثمامة إِلَى نَجْلٍ قَرِيبٍ مِنْ الْمَسْجِدِ فَاغْتَسَلَ ثُمَّ دَخَلَ الْمَسْجِدَ فَقَالَ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، يَا مُحَمَّدُ: وَاللَّهِ مَا كَانَ عَلَى الْأَرْضِ وَجْهٌ أَبْغَضَ إِلَيَّ مِنْ وَجْهِكَ، فَقَدْ أَصْبَحَ وَجْهُكَ أَحَبَّ الْوُجُوهِ إِلَيَّ. وَاللَّهِ مَا كَانَ مِنْ دِينٍ أَبْغَضَ إِلَيَّ مِنْ دِينِكَ، فَأَصْبَحَ دِينُكَ أَحَبَّ الدِّينِ إِلَيَّ.وَاللَّهِ مَا كَانَ مِنْ بَلَدٍ أَبْغَضُ إِلَيَّ مِنْ بَلَدِكَ، فَأَصْبَحَ بَلَدُكَ أَحَبَّ الْبِلَادِ إِلَيَّ"قال ابن حجر: "في قصة ثمامة من الفوائد: أن الإحسان يزيل البغض ويثبت الحب

وقد أمر الله سبحانه الأنبياء بدعوة الناس إلى دينه بالكلمة الطيبة والخلق القويم مع الصبر عليهم قال سبحانه آمراً موسى وأخيه عليهما السلام: ﴿اذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى * فَقُولاَ لَهُ قَوْلاً لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ سورة طه: 43-44.

وتشتمل هذه الوسيلة على الحوار والجدل والمناظرة، والإذاعة والتلفزيون:

الحوار والجدل: يطلق لفظ الحوار غالباً على الجدل الذي يكون بين أهل الدين الواحد، الذين يختلفون في بعض المسائل الدينية أو بسبب بعض الشبهات، أو فيما يخص قضايا الأمة بشكل خاص والعالم من حولهم بشكل عام، فيتحاورون للوصول إلى ما يرونه صواباً.

أما الجدل فغالباً ما يطلق على ما يكون من الصراع الفكري والعقائدي بين أصحاب الأديان المختلفة، الذين يتناظرون بينهم في العقيدة، أو في النبوة، أو في صحة هذا الدين أو ذاك؟ أين نقاط الالتقاء والاختلاف بين هذين الدينين – هذا إن كانوا أهل كتاب – أما إن كانوا مشركين أو منكرين فالغالب أن يكون الجدل حول أصل الدين، وعقيدة البعث والجزاء وأركان الإيمان...الخ.

والقرآن الكريم والسنة النبوية فيهما الحوار الإسلامي الداخلي، وفيهما كذلك مساحة كبيرة لمناقشة أهل الكتاب أو المشركين والمنكرين فيما يعتقدون أو يدعون في مجالي العقيدة والشريعة، والهدف واضح – قد ذكرناه في أهداف الخطاب القرآني لغير المسلمين. بمعنى آخر: الجدل في الإسلام هو طريقة ووسيلة للتأثير على غير المسلمين وإقناعهم بأن هذا

الدين هو خاتمة الرسالات السماوية أنزله الله تعالى علـــى خـــاتم الأنبيـــاء والمرسلين وأنّ البعث حق، وأن الجنّة والنّار حقّ، وأنّ الله تعالى هو الحق وأنه صاحب الأمر والنهي والحكم في عباده في ملكوته ويوم يقوم الأشهاد، لا معبود سواه.

فالجدال تعبير عن الصراع الفكري بين العقائد المختلفة، كل منها يبحث عما يؤيد صدق ما يعتقده، وزيف ما عند الآخرين. والأصل في الجدال أن يكون بهدف الوصول إلى الحق والصواب، لا أن "يتحول إلى صناعة قــد يقصدها الكثيرون لذاتها، من أجل التدرب على الأخذ والــرد، والهجــوم والدفاع في مجالات الصراع الفكري... ليعطل قوة خصمه، لا ليوصله إلى الحقيقة، أو ليصل معه إلى قناعة

وإشارة إلى هذا الأمر وجهنا الإسلام إلى الجدال الذي له ثمرة مرجوة، ونهانا في ذات الوقت عن الجدال العقيم كما في قوله تعــالى: ﴿ادْعُ إِلَــى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ النحــل: 125 والمقصود مجادلة أهل الكتاب كما في قوله تعالى:﴿وَلاَ تُجَادِلُوا أَهْــلَ الْكِتَابِ إِلاَّ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلاَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ﴾ العنكبوت: 46.. ومــن السنة المشرفة نقرأ في ثنايا الحديث عَنْ أَبِي أُمَامَةَ قَالَ قَالَ رَسُــولُ اللَّـــهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "أَنَا زَعِيمٌ بِبَيْتٍ فِي رَبَضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا" فالمراء هو الجدل العقيم الذي لا ينتفع به.

ولذلك فإنّ الداعية المسلم قبل أن يشرع في مجادلة أهــل الكتــاب أو غيرهم عليه أن يحدد الهدف الذي على أساسه يقوم الحوار، حتى يتحقــق الغاية المثمرة منه باقتناع المدعو بما ندعوه إليه أو التأثير عليه فكرياً..

ماذا يريد الداعية من الحوار؛ وما هدفه؟ وما النقطة التي سينطلق منها في الحوار، وإلى أي نقطة يريد الوصول إليها؟

الشخصية أو المجموعة التي تريد مناظرتها: هل هــم جــادون فعــلاً للوصول إلى الحقيقة وصادقون، وإن كانوا ليسوا كذلك، فهل الجمهور الذي سيشهد هذه المناظرة، هل يمكن التأثير على قناعاتهم بشكل إيجابي؟

والداعية المسلم عليه أن يتسلح بأخلاق الإسلام حتى يكون مؤثراً مقنعاً، فلا يجوز له الاستخفاف بمن يناظره أو احتقاره، ولا يلجــأ إلــى أســلوب التجريح الشخصي أو الإساءة للآخرين، وعليه ألا ينفعل، مستهدياً في ذلك بقول رب العالمين لعباده المؤمنين ﴿وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَــنُ﴾ الإسراء: 53 وأمر سبحانه نبيه موسى مخاطبة فرعون باللين فقال: ﴿فَقُولاَ لَهُ قَوْلاً لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى﴾ طه: 44.

وعلى الداعية أن يخاطب في مناقشته العقل ويراعي التسلسل في الحوار، مع دعوة خصمه للاتفاق على مبادئ أساسية وعامة قبل الحوار حتى يساعده ذلك على الانتهاء سريعاً من الحوار والخروج بنتائج مرضية.

هذا هدي النبي المصطفى صلى الله عليه وسلم الذي ما كان يزيده جهل الكافرين عليه إلا حلماً، لا يسب ولا يشتم ولا يجرح مخالفيه، ويناقشهم ويصبر عليهم، انظر كيف استقبل وفد نصارى نجران في المسجد ومجادلتهم له وصلاتهم في داخل المسجد إلى قبلتهم، إلى أن دعاهم للمباهلة، أو للاتفاق على أساس يقبله الجميعوانظر دعوته لليهود وجدالهم العقيم له، ولما أقر له يهوديان بالنبوة دعاهما إلى الإسلام فخافا أن تقتلهما يهودوقد حاور عدي بن حاتم حتى أسلم

ولا بأس أن يستعين الداعية في معرض تأثيره على غير المسلمين بقصص الأمم السابقة ولقد أكثر القرآن الكريم من القصص وضرب المثل لما في التاريخ من دروس وعبر وعظات لها تأثيرها الكبير على النفوس – انظر فوائد المثل والقصة في القرآن، وكان الدعاة من قبل ينذرون أقوامهم بما حدث للأمم من قبلهم مثل مؤمن آل فرعون: ﴿يَاقَوْمِ لَكُمْ الْمُلْكُ الْيَوْمَ ظَاهِرِينَ فِي الأَرْضِ فَمَنْ يَنصُرُنَا مِنْ بَأْسِ اللَّهِ إِنْ جَاءَنَا قَالَ فِرْعَوْنُ مَا أُرِيكُمْ إِلاّ مَا أَرَى وَمَا أَهْدِيكُمْ إِلاّ سَبِيلَ الرَّشَادِ* وَقَالَ الَّذِي آمَنَ يَاقَوْمِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ مِثْلَ يَوْمِ الأَحْزَابِ * مِثْلَ دَأْبِ قَوْمِ نُوحٍ وَعَادٍ وَثَمُودَ وَالَّذِينَ مِنْ بَعْدِهِمْ وَمَا اللَّهُ يُرِيدُ ظُلْمًا لِلْعِبَادِ﴾ سورة غافر: 28 — 31.

الإذاعة والتلفزيون: وهما من الوسائل الهامة في وقتنا المعاصر إذ يستطيع الداعية أن يبلغ بصوته وصورته إلى بلاد من العسير عليه أن

يبلغها إلا بشق النفوس، ويستطيع أن يخاطب جميع الطوائف والجماعات البشرية، وأن يوضح لهم أصول العقيدة وأخلاق الإسلام، ومعاني القرآن.. غير أن على المسلمين أن يجيدوا استخدام المحطات الإذاعية والتلفزيونية للوصول إلى جميع الناس، وعلى المسلمين كذلك أن يخاطبوا الناس بلغاتهم كل ذلك حتى يعذروا أمام ربهم عزّ وجل بأنهم فعلوا وسعهم في تبليغ دعوة الله تعالى؛ من خلال الكلمة الطيبة والأنشودة وحتى التمثيلية الهادفة التي أعدت إعداداً جيداً، إذ لا يشك راشد معاصر اليوم ما لوسائل الإعلام عامة والإذاعة والتلفزيون بشكل خاص من أثر بالغ على قناعات الناس وسلوكهم وأخلاقهم بل وطريقة حياتهم مما هو واقع مشاهد.

وقد نضيف إلى ما تقدم من وسائل قولية أخرى مؤثرة مثل شريط الفيديو والشريط المسجل..

الوسيلة الثالثة: الدعوة بالكتابة:

أهم أساليب الدعوة الكتابية اليوم الكتاب والمقال والمجلة وشبكة المعلومات "الانترنت".

الكتاب: يستطيع فيه الداعية أن يتناول مواضيع الإسلام المختلفة بشكل مفصل مع ذكر الأدلة ومناقشتها، وشبهات المبطلين على الإسلام وبيانها والردود عليها، كما يستطيع الكتاب أن يبرز معالم الإسلام وهديه في

جوانبه العقائدية والتشريعية والأخلاقية والاجتماعية، والسياسية وفي العبادات ... الخ الأمر الذي يجعل الكتاب من الوسائل الدعوية المؤثرة التي نستطيع به أن ندخل بيوتاً كثيرة، وأن نعمل على أن يكون في متناول أكبر شريحة ممكنة من الناس غير المسلمين.

والمقال والمجلة والنشرة الموجهة يتناول فيها الداعية موضوعاً من مواضيع الإسلام المختلفة ليبينه للناس، أو ليوضح بعض معالمه التي تهم جمهور المخاطبين. وقد استخدم رسول الله صلى الله عليه وسلم الرسائل وسيلة لتبليغ الدعوة إلى الإسلامية لكسرى وقيصر والنجاشي والمقوقس والبحرين وعمان...الخوهي وسيلة استخدمها سليمان عليه السلام في بلقيس ورعيتها إلى الإسلام إذ قال للهدهد: ﴿اذْهَب بِّكِتَابِي هَٰذَا فَأَلْقِهْ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ﴾ النمل: 28.

أما **شبكة المعلومات** فلها شأن عظيم لو أحسن الداعية استخدامها في مخاطبة كل الناس إذ يستطيع وهو في بيته اليوم أن يتحدث مع كل الأجناس البشرية، وأن يناقشهم، وأن يدعوهم ويرد على أسئلتهم، مما يؤدي إلى التأثير فيهم؛ خاصة إذا علمنا أن غالبية جمهور شبكة المعلومات هم من فئة الشباب الذين يتميزون دائماً بتقبل الرأي الآخر والتأثر به إلى حد الاقتناع إن وجد الكلمة الطيبة والهادفة البعيدة عن التشنج والعصبية مع الأسلوب العلمي الرصين.

أهم المراجع

أولا : القرآن الكريم

ثانيا : صحيح البخاري

ثالثا : كتب ودراسات :

د. أحمد نوفل ، الإشاعة (المنصورة : دار الوفاء للطباعة والنشر ، 1983)

محمد عبد القادر حاتم ، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2006)

مجمع اللغة العربية ،المعجم الوجيز(القاهرة : الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، 1990م ،

د. محمود أبو زيد ، الشائعات والضبط الاجتماعي ، دراسة سسيومترية في قرية مصرية (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980)

د. محمد عثمان الخشت ، الشائعات وكلام الناس (القاهرة : مكتبة ابن سينا ، 1996م) ص 12

د. محمد رمضان البوطي ، فقه السيرة النبوية (القاهرة : دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة ،1999م)

د. محمد فريد عزت ، بحوث في الإعلام الإسلامي (جدة : دار الشروق ، 1983م)

محمد عبد الرؤوف بهنسي ، الرأي العام في الإسلام (القاهرة :مؤسسة الخليج العربي ، الطبعة الثانية ، 1987م)
د. عدنان محمود الكحلوت ، وسائل الإقناع والتأثير في الخطاب الديني في القرآن الكريم والسنة النبوية
د محمد سيد طنطاوي ، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام (القاهرة : دار الشروق :2001)
أبو محمد عبد الملك بن هشام المعافري ، السيرة النبوية (القاهرة : دار التراث العربي : تحقيق د .أحمد حجازي السقا ، د. ت.)
سبأ عبد الله باهبري ، قراءات واجتهادات في الحرب النفسية (الرياض : 1422هـ، د.ن.)
G.W.Allport and Leo Postman ,The Psychology of Rumor-Henry Holt and Co. New York ,1984,